التدابير الاحترازية والتشريعية لحماية المستهلك في الفقه الاسلامي

"دراسة مقارنة"

إعداد

باسل يوسف محمد الشاعر

المشرف

الاستاذ الدكتور محمود علي السرطاوي

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الدكتوراه في

الفقه وأصوله

كلية الدراسات العليا

الجامعة الأردنية

آب ٢٠٠٤م

بسم الله الرحمن الرحيم



تفويض

أنا باسل يوسف محمد الشاعر ، أفوض الجامعة الأردنية بتزويد نسخ من رسالتي للمكتبات ، أو المؤسسات أو الهيئات أو الاشخاص عند طلبها .

التوقيع :

التاريخ : ١٥/٨/٢٠٠٤م .

قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة (التدابير الاحترازية والتشريعية لحماية المستهلك في الفقـــه الاسلامي " دراسة مقارنة ") ، وأجيزت بتاريخ : ٢٠٠٤/٨/١٥م .

اعضاء لجنة المناقشة	الصفة	التوقيع
الاستاذ الدكتور : محمود علي السرطاوي استاذ الفقه المقارن في الجامعة الأردنية	مشرفاً ورئيساً	
الاستاذ الدكتور : عبد الله ابراهيم زيد الكيلاني استاذ مشارك في الفقه وأصوله في الجامعة الاردنية	عضواً	
الاستاذ الدكتور : ذياب عبد الكريم عقل استاذ مشارك في الفقه المقارن في الجامعة الأردنية	عضواً	
الاستاذ الدكتور عبدالله مصطفى فواز استاذ مشارك في الفقه (جامعة مؤتة)	عضواً	

الإهداء

إلى والدي العزيز أطال الله في عمره .

إلى والدتي الغالية حفظها الله .

إلى كل قطرة دم ، نزفت من شهيد على ثرى بيت المقدس ، إلى صرخات الأيتام ، وآهات الأرامل في الضفة وغزة ، إلى عمالقة الشهداء ، وسيدا الرجال في زمن عز فيه الرجال .

إليهم جميعاً : أقدم هذا الجهد ....حباً ووفاءً

شكر وتقدير

عظيم الشكر والحمد لله تعالى ، على جزيل نعمائه ، وكثير فضله بما يسره لي من نعم لا تحصى ، وخير وعطاءٍ كثير ، وعلى رأسها نعمة الاسلام الحنيف .

واعترافاً لذوي الفضل بفضلهم ، لا يسعني في هذا المقام إلا أن أتقدم بجزيل الشكر ، وعظيم العرفان إلى كل من كان له دور في إخراج هذا البحث على صورته النهائية .

وأخص بالشكر والامتنان ، أستاذي الفاضل ، الاستاذ الدكتور : محمود علي السرطاوي – حفظه الله – الذي تكرّم بالإشراف على هذه الرسالة ، ولم يأل جهداً في تقديم النصح والارشاد ، والتوجيه لي ، طيلة فترة البحث ، فجزاه الله عني كل خيرٍ ، ونفع به الاسلام والمسلمين .

وأتقدم بخالص الشكر والتقدير إلى الأساتذة الأفاضل ، أعضاء لجنة المناقشة :

الاستاذ الدكتور : عبد الله ابراهيم زيد الكيلاني – رئيس قسم الفقه وأصوله في الجامعة الأردنية والاستاذ المشارك في الفقه وأصوله .

والاستاذ الدكتور : ذياب عبد الكريم عقل – الاستاذ المشارك في الفقه المقارن في الجامعة الأردنية.

والاستاذ الدكتور : عبد الله مصطفى فواز – الاستاذ المشارك في الفقه في جامعة مؤتة .

على تفضلهم بقبول مناقشة هذه الرسالة ، وعلى ما بذلوه من جهد وعناء في قراءتها ، وتدقيقها ، وتخليصها من الشوائب والأخطاء من أجل الارتقاء بهذا العمل ، وخروجه بأفضل صورة .

وأتقدم بكل الشكر والتقدير إلى اساتذتي الأفاضل في كلية الشريعة في الجامعة الأردنية، لما بذلوه من توجيه ونصح ، خلال فترة الدراسة ، فجزاهم الله عنا خير الجزاء .

ولا يفوتني في هذا المقام أن أشكر إخواني : نائل عيسى ، ورائد عاصي ، على ما قدموه لي من دعم خلال فترة الدراسة وكتابة هذا البحث .

قائمة المحتويات

التدابير الاحترازية والتشريعية لحماية المستهلك في الفقه الاسلامي

"دراسة مقارنة"

إعداد

باسل يوسف محمد الشاعر

المشرف

الأستاذ الدكتور محمود السرطاوي

الملخص

تناولت هذه الدراسة موضوع حماية المستهلك في الفقه الاسلامي ، مقارناً بالقانون والنظم الاقتصادية ، وقد بينت هذه الدراسة المقصود بحماية المستهلك ، والالفاظ ذات الصلة بالحماية ، والتدرج التاريخي لحماية المستهلك ، مع التأكيد على أن الشريعة الاسلامية كانت سباقة في هذا الميدان ، وقد تبين ذلك من خلال القواعد ، والأسس العامة التي استنبطها الفقهاء من الآيات القرآنية الكريمة ، والأحاديث النبوية الشريفة ، وبيان ضوابط تلك التدابير ، وأنواعها ، ثم ذكرت الدراسة أهداف حركة حماية المستهلك ومجالاتها .

كما تناولت الدراسة التدابير الاحترازية والتشريعية لحماية المستهلك في الشريعة والقانون ، وأجرت موازنة بينهما ، وسلطت الضوء على النصوص القانونية الخاصة بحماية المستهلك في القانون الأردني ، وبيان جوانب الاتفاق ، والاختلاف

بينهما ، وتدرجت في بيان صور الحماية للمستهلك ، في جميع المراحل : قبل العقد ، وعند ابرام العقد ، وبعده .

وبينت دور الدولة في حماية المستهلك من خلال : نظام التسعير ، ومراقبة الدعاية والاعلان ، ونظام الحسبة .

وتكلمت عن أهم مؤسسات حماية المستهلك في الدولة الاسلامية – وأبرزها مؤسسة الحسبة – وأهمها في الدولة المعاصرة ، وهما : مؤسسة المواصفات والمقاييس ، والجمعية الوطنية لحماية المستهلك .

وتوصلت في نهاية البحث الى توصيات ونتائج منها :

أولاً : وضع التشريعات التي تكفل تحقيق العدالة بين المستهلك والبائع .

ثانياً : اتخاذ الاجراءات الكفيلة بحماية المستهلك في مراحل الانتاج ، والتسويق ، وذلك بوضع مواصفات ومقاييس للمنتَج .

ثالثاً : مراقبة الدعاية والاعلان ، بحيث لا تؤدي إلى غش أو خداع ، أو تغرير .

رابعاً : ايجاد مؤسسات وجمعيات فاعلة لحماية المستهلك ، على نمط مؤسسة الحسبة .

خامساً : تطبيق نظام التسعير إذا دعت الحاجة إليه .

المقدمة:

الحمد لله رب العالمين ، والصلاة والسلام على رسوله الأمين ، نبيّ الرحمة وسيد المرسلين ، بعثه الله بالهدى ودين الحق ليظهره على الدين كله ولو كره الكافرون ، والصلاة والسلام على آله وأصحابه ومن تبعهم بإحسان الى يوم الدين .

أما بعد :

فإن حماية المستهلك تشكل ركيزة أساسية لإقتصاد فعّال وناجح ، خاصة في ظل الاوضاع الذي نعيشها ، والتي أصبح الوازع الداخلي فيها ضعيفاً، ويلعب الهوى فيها دوراً كبيراً ، فأمن الفرد واستقراره الاقتصادي جزء لا يتجزأ من الاستقرار الاقتصادي العام للمجتمع ، والاقتصاد يعتبر الاساس لكل مناحي الحياة ، فهو الصورة المباشرة والحقيقية لكون الانسان إجتماعي بطبعه ، فلا يستطيع إنسان أن يستغني عن البشر وينطوي بنفسه عنهم ، ويحقق متطلباته وحاجاته بنفسه في ظل التقدم الهائل والسريع الذي يشهده العالم اليوم ، وما نتج عنه من ممارسات أكثر تنوعاً وتعقيداً عن السابق ، ولكن هذا التقدم له ضريبته ؛ فقد ساعد بعض ضعاف النفوس على التفنن في أساليب الغش والخداع ، والنصب والاحتيال ، والمستهلك لا يقدر أن يقاوم هذه الامور وحده ، ولا يستطيع أن يحمي

نفسه دون وجود تشريعات قانونية تـوفر لـه الحمايـة الكافيـة التـي تجعلـه يشعر بالراحة والطمأنينة والاستقرار .

فهذه الدراسة تبين الاجراءات الاحترازيـة والتـشريعية التـي نـصت عليهـا الشريعة الاسلامية ، والقوانين الوضعية لحمايـة المـستهلك ، وتتنـاول جانبـاً لمشكلة اقتصادية طالما أقلقـت علمـاء اجتمـاع واقتـصاديين وقـانونين وهـم يفكرون في وضع التشريعات المناسبة لها ، ولا نـبخس علـيهم جهـودهم فـي ذلك ، فقـد تم وضع قـوانين منتظمـة جـداً ، وفعّالـة لحمايـة المـستهلك ، ومنها : قانون المواصفات والمقاييس الاردني رقم (٢٢) لسنة ٢٠٠٠م .

وبينت هذه الدراسة : أهم مجالات تـدخل الدولـة لحمايـة المـستهلك ضـمن القواعد الكلية العامة ، كالتسعير ، ومراقبة النـشاط التجـاري ، دون التطـرق الى تشريعها القوانين الخاصة في حماية المستهلك .

وتطرقت الدراسة للحديث عن أهم مؤسـسات حمايـة المـستهلك فـي الدولـة الاسلامية عبر العـصور ، وهـي : مؤسـسة الحـسبة ، وإلـى أهمهـا فـي العصر الحاضـر : مؤسـسة المواصـفات والمقـاييس ، والجمعيـة الوطنيـة لحماية المستهلك .

وستوضح الدراسة في هذه المقدمة الآتي :

- أهداف البحث وأهميته .

- مشكلات البحث .
- الدراسات السابقة .
- منهجية الدراسة .
- محتوى البحث .

أهداف البحث وأهميته:

موضوع الدراسة له علاقة مهمة في حياة الناس اليومية ، فالعلاقات التجارية قائمة على التعامل بين المنتج والتاجر من جهة ، وبين المستهلك من جهة أخرى ، وينبغي أن تكون العلاقة قائمة على أسس من العدل ، وعدم الاستغلال أو الخداع أو التضليل ، وقد لاحظ الباحثون والقائمون على جمعيات حماية المستهلك أنها لا تقوم على هذه الأسس ، وان المستهلك هو الجانب الضعيف فيها ؛ حيث يتعرض للاستغلال والخداع والتضليل ، فيقع ضحية الإعلانات الخادعة والمظاهر المزيفة ، فكان لا بد لهذا الطرف الضعيف وهو المستهلك من حماية بوضع تشريعات قانونية تحقق العدل له ، وترفع عنه الحيف والاستغلال والخداع والتضليل ، ولذا جاءت هذه الدراسة لتبين ما يلي :

أولا : توضيح بعض المفاهيم المتعلقة بالاستهلاك وحماية المستهلك .

ثانيا : كيفية معالجة الشريعة الاسلامية لأنماط الغش والخداع التي

يتعرض لها المستهلك .

ثالثا : أهم الوسائل الشرعية لحماية المستهلك .

وتبرز أهمية الموضوع فيما يلي :

١. المستهلك هو الطرف الضعيف في العملية التجارية حيث يتعرض للخداع والاستغلال والغش ، ولذا كانت حمايته قضية مهمة تقتضي منا تطبيق التدابير الاحترازية والتشريعية التي وضعتها الشريعة الاسلامية لحمايتة وتحقيق الاطمئنان له .

٢. علاقة هذا الموضوع بحياة الناس المعاصرة ، فهو يعالج مسألة واقعية لها مساس بحياة الناس اليومية .

٣. الكشف عما في تراثنا الفقهي من كنوز ، فقد وضع الفقه الاسلامي القواعد الكلية لمعالجة هذا الموضوع ، كما تناول بعض أحكامه التفصيلية، ونعمل في ضوء قواعده الكلية على استكمال الأحكام المتعلقة بالمستجدات .

٤. لقد تناول هذا الموضوع عدد من الباحثين ، وكان موضوعا لعدد من المؤتمرات والندوات ، فأردت أن أضيف الى هذه الجهود العلمية ما لم تتناوله بالبحث والدراسة ، ولم أطلع على رسالة علمية شاملة تناولت

جوانب هذا الموضوع ، فرأيت من المفيد أن أجمع شتات مسائل هذا الموضوع ، وتنسيق مباحثه ، واستكمال ما لم تتناوله .

مشكلات البحث :

تتمثل أهم المشكلات في هذه الدراسة بما يلي :

١. قلة الدراسات والابحاث المتعلقة بهذا الموضوع .

٢. تشتت المعلومات الشرعية ، والإقتصادية ، والقانونية ، في مصادر مختلفة ، ولكل منها منهجية مستقلة ومختلفة عن الاخرى .

الدراسات السابقة :

تنوعت الدراسات السابقة في موضوع حماية المستهلك الى ثلاثة أنواع :

النوع الأول : حماية المستهلك في القوانين الوضعية ، والملاحظ أن المؤلفات في هذا الموضوع ركزت على حماية المستهلك من الناحية القانونية بإفراد مؤلفات حول الحماية المدنية ، والقانونية ، والجنائية للمستهلك ، دون التطرق للجانب الشرعي .

ومن هذه الدراسات القانونية ما يلي :

١. الحماية الجنائية للمستهلك ، للدكتور حسني أحمد الجندي ، ويركز الكتاب على بيان صور التجريم في قوانين قمع التدليس ، والاحكام العامة

للعقوبة في القانون رقم (٤٨) لسنة ١٩٤١م ، وكأن الكاتب اعتبر أن التدليس هو المعضلة الوحيدة والاساسية التي تواجه المستهلك .

٢. حماية المستهلك أثناء تكوين العقد – دراسة مقارنة – مع دراسة تحليلية وتطبيقية للنصوص الخاصة بحماية المستهلك – للدكتور السيد محمد السيد عمران ، ويبحث الكتاب في الشروط الشخصية للتعاقد، والشروط الموضوعية ، والحماية الإجرائية للمستهلك عند العقد فقط .

٣. حماية المستهلك في التشريع الأردني – دراسة تحليلية مقارنة – للدكتور نائل عبد الرحمن صالح ، وبحث الكتاب في حماية المستهلك عند نشوء العقد ، وحماية المستهلك عند تنفيذ العقد ، وأغفل حماية المستهلك في مراحل الانتاج والتسويق ، وما يتعلق بها من تدابير احترازية .

٤. الحماية القانونية للمستهلك ، دراسة في القانون المدني والمقارن ، للدكتور عامر قاسم أحمد القيسي ، ويقارن الكتاب بين حماية المستهلك في ظل المباديء التقليدية ، وحماية المستهلك في ظل مباديء معاصرة .

٥. الحماية المدنية للمستهلك ، للدكتور أحمد محمد الرفاعي ، وركز الباحث في مفهوم الاطراف المتعاقدة ، والحماية ازاء الشروط التي تتضمن تعسفاً ، دون البحث في حماية المستهلك قبل العقد وبعده .

٦. النظرية العامة في الحماية الجنائية للمستهلك ، للدكتور نصيف محمد حسين ، وتناول الباحث مفهوم حماية المستهلك ، ونظرة تاريخية لحمايته ، ومصالح المستهلك ، والاحكام الموضوعية الخاصة بالحماية الجنائية له.

٧. الحماية المدنية للمستهلك في عقد البيع ، وائل نافذ سفرجلاني ، وهو عبارة عن رسالة ماجستير في الحقوق ، قدمت في جامعة بيروت العربية ، كلية الحقوق ، وبحثت الدراسة في : حماية التراضي ، وضمان صلاحية المبيع .

<u>**القسم الثاني :**</u> حماية المستهلك في الاقتصاد الوضعي ، حيث تناولت الحماية من الناحية الاقتصادية ، دون البحث في الحماية القانونية أو الشرعية لحماية المستهلك ، وركزت بعض هذه الدراسات على سلوك المستهلك أكثر من التركيز على وسائل حمايته ، ومن هذه الدراسات :

١. بحث بعنوان حماية المستهلك في الأردن وتونس دراسة تحليلية مقارنة، للدكتور فؤاد الشيخ سالم ، منشور في مجلة دراسات في الجامعة الاردنية ، وتقع الدراسة في (٣٠) صفحة تقريباً ، ومن أهم ما توصلت اليه الدراسة : ضرورة التوسع في وضع المواصفات منعاً للغش ... الاهتمام بصورة أكبر بقضايا المستهلكين ومتابعتها ، وتشجيع انشاء جماعات تتولى حماية المستهلك ، والدفاع عنه.

٢. رسالة ماجستير مقدمة الى كلية الاقتصاد والعلوم الادارية في الجامعة الاردنية ، بعنوان (حماية المستهلك دراسة تحليلية للواقع الاردني) ، للطالب محمد فهمي عمر الحجار ، وهذ الدراسة جمعت بين النظرية التطبيق في حماية المستهلك في المجتمع الاردني ، معتمدة على مؤسسات التموين ، والمواصفات والمقاييس ، في ضبط الجودة وحماية المستهلك مع لمحة تاريخية عن حركة حماية المستهلك.

٣.رسالة ماجستير مقدمة الى قسم التسويق في الجامعة الأردنية بعنوان : (دور الاعلانات التجارية التلفازية في حماية المستهلك دراسة ميدانية ، لمنطقة عمان الكبرى) ، للطالبة ربى نقولا النبر ، وتكلمت عن مفهوم حماية المستهلك ، وحماية المستهلك في الاردن ، والمعلومات الضرورية لحمايته ،والتركيز على دور الاعلانات التلفازية في حماية المستهلك .

٤. كتاب إدارة المبيعات وحماية المستهلك ، للدكتور أحمد ابراهيم عبد الهادي ، والكتاب يبحث في إدارة المبيعات ، وأفرد القسم الثاني في حماية المستهلك ، ولكن الدراسة غير مستوفية جميع أنواع الحماية .

٥. كتاب دراسة نظم الرقابة على الاغذية لحماية المستهلك في الوطن العربي ، الصادر عن جامعة الدول العربية ، المنظمة العربية للتنمية والزراعة ، ويركز الكتاب على حماية المستهلك في مجال الأغذية فقط .

٦. كتاب بعنوان (جمعية حماية المستهلك : انشاؤها ، دورها ، مشاكل المستهلك) ، صادر عن المنظمة العربية للمواصفات والمقاييس ، الامانة العامة ، ويتكلم في أهمية جمعيات حماية المستهلك ، وكيفية انشاؤها .

القسم الثالث : حماية المستهلك في الفقه الاسلامي ، أو في الاقتصاد الاسلامي ، ومن أهم ما اطلعت عليه في هذا الباب ما يلي :

١. كتاب حماية المستهلك في الفقه الاسلامي ، للدكتور رمضان علي السيد الشرنباصي ، وتحدث فيه عن حماية المستهلك في الاحاديث النبوية، والايات القرآنية ، دون أن يبين الوسائل الشرعية لحماية المستهلك ، والاجراءات المتعلقة بها .

٢. كتاب حماية المستهلك في الفقه الاقتصادي الاسلامي ، موفق محمد عبده الدلالعه ، وهو رسالة ماجستير مقدمة لجامعة اليرموك في عام ١٩٨٩م ، ويقسم الى ثلاثة فصول : الفصل الأول ، وتحدث فيه عن الاستهلاك ، والفصل الثاني ، تكلم فيه عن الانتاج ، وافرد الفصل الثالث للوسائل التي اتبعها الاسلام لحماية المستهلك .

٣. كتاب ترشيد الاستهلاك الفردي في الاقتصاد الاسلامي ، لمؤلفه : منظور أحمد الأزهري ، ويقسم الى خمسة فصول ، فصل تمهيدي ،

وأربعة فصول دراسية ، حيث تحدث في مبحث واحد فقط عن حماية المستهلك ، والمجتمع من الاضرار والمخاطر .

٤. أثر القيم الاسلامية على سلوك المستهلك ، دراسة مقارنة بين الامارات العربية المتحدة والمملكة الاردنية الهاشمية ، للطالب علي عبد الله ، وهي رسالة ماجستير مقدمة لقسم الاقتصاد الاسلامي في كلية الشريعة في اليرموك في عام ٢٠٠١م ، حيث تحدث فقط عن مفهوم المستهلك ، والاستهلاك في الاسلام وخصائصه ، وكيفية تنظيم الاسلام له ، وركز في بحثه على سلوك المستهلك .

والملاحظ على الدراسات السابقة بمجموعها ما يلي :

١. أنها لم تأت على دراسة موضوع حماية المستهلك من كل جوانبه ؛فبعضها ركز على الحماية القانونية للمستهلك ، والآخر ركز على الحماية الاقتصادية له ، وأما الدراسات الشرعية ، فقد وقفت عند ظواهر النصوص المتعلقة بحماية الاسلام للمستهلك ، ولم تتعرض الى حماية المستهلك في مرحلة الانتاج والتصنيع ، والتسويق .

٢. لم تفصل الدراسات السابقة بين سلوك المستهلك ، وحمايته ، وساركز في هذه الدراسة على حماية المستهلك – ان شاء الله –.

٣. لم تتناول الدراسات السابقة أحكام التطبيقات الحديثة ، والمعاصرة للحماية.

٤. لم تتضمن الدراسات السابقة تأصيلاً شرعياً لحماية المستهلك ، والجهود السابقة –على عظيم فائدتها – تحتاج الى جمع وترتيب ، وبيان للطرق التي يتعرض المستهلك فيها للاستغلال ، والغش والاحتكار ، والخداع ، ومن ثم بيان ما شرعه الاسلام من تدابير احترازية ، وتشريعية لحماية المستهلك .

ولذا جاءت هذه الدراسة بأمورٍ ، **منها** :

أولاً : بحث موضوع حماية المستهلك من جوانبه : الشرعية ، والقانونية ، والاقتصادية ، مع التأصيل التاريخي والشرعي والقانوني له .

ثانياً : بيان التدابير الاحترازية والتشريعية لحماية المستهلك في الشريعة الاسلامية ، مع شرحٍ مفصلٍ لتلك التدابير .

ثالثاً : عرض مواضيع لم تعرض سابقا ، أو عرضت باختصار ، ومنها :

١. صور الاستهلاك الحديثة ، التي نتجت عن التطور العلمي الهائل ، كالشراء عن طريق الانترنت .

٢. مجالات تدخل الدولة في حماية المستهلك ، كمراقبة الدولة للدعاية والاعلان.

٣. المقارنة بين التشريعات الوضعيه الخاصة بالتدابير الاحترازية ، والتشريعية ؛ بالشريعة الاسلامية .

٤. بيان التدابير الاحترازية لحماية المستهلك في الفقه الاسلامي ، قبل ابرام العقد ، أو عند ابرامه ، أو بعده .

٥. بيان التدابير التشريعية لحماية المستهلك في الفقه الاسلامي في مراحل الانتاج والتسويق ، وعند العقد ، وبعد تنفيذه .

منهجية البحث :

اعتمدت الدراسة على الاسلوب الاستقرائي التحليلي ، الذي يقوم على الأسس التالية :

أولا : جمع المادة العلمية من مصادرها ، ومظانها .

ثانيا : تحليل المعلومات بأسلوب علمي ؛ يعتمد على الموازنة والترجيح ،آخذاً بعين الاعتبار الأطر الاقتصادية والقانونية ، مع إظهار المعالجات الاسلامية لكثير من المشكلات التي تضر بالمستهلك .

ثالثا : عزو الايات القرآنية ، وتخريج الاحاديث النبوية .

رابعاً : التعريف بالمصطلحات ، والكلمات الغامضة .

محتوى البحث :

جاءت هذه الرسالة – إضـافة للمقدمـة والخاتمـة – فـي خمـسة فـصول ، وذلك على النحو التالي :

تمهيد : في حماية المستهلك وعلاقتها بالمقاصد الكلية للشريعة الاسلامية

الفصل الأول : مفهوم التدابير الاحترازيـة والتـشريعية وحمايـة المـستهلك ، ولمحة تاريخية عـن نـشاة وتطـور حركـة حمايـة المـستهلك ، وأهـدافها ومجالاتها .

وفيه خمسة مباحث :

المبحث الأول : مفهوم التدابير الاحترازية وضوابطها .

وفيه مطلبان :

المطلب الأول :مفهوم التدابير الاحترازية ، وبينت فيه :

أولاً : التدابير الاحترازية لغة .

ثانياً : التدابير الاحترازية اصطلاحا .

المطلب الثاني : ضوابط التدابير الاحترازية لحماية المستهلك .

المبحث الثاني : مفهوم التدابير التشريعية وضوابطها.

وفيه مطلبان :

المطلب الأول :مفهوم التدابير التشريعية ، وبينت فيه :

أولا : التدابير التشريعية لغة .

ثانيا : التدابير التشريعية اصطلاحا.

المطلب الثاني : ضوابط التدابير التشريعية .

المبحث الثالث : مفهوم حماية المستهلك والالفاظ ذات الصلة .

وفيه مطلبان :

المطلب الأول : مفهوم حماية المستهلك ، وبينت فيه :

أولا : حماية المستهلك لغة .

ثانيا : حماية المستهلك اصطلاحا .

المطلب الثاني : الألفاظ ذات الصلة بحماية المستهلك ، وبينت فيه :

أولاً : إعانة المستهلك .

ثانياً : إرشاد المستهلك .

ثالثاً : نصرة المستهلك .

المبحث الرابع : لمحة تاريخية عن نشأة حركة حماية المستهلك .

وفيه مطلبان :

المطلب الأول : العوامل التي أدت الى نشأة حركة حماية المستهلك .

المطلب الثاني : حماية المستهلك : النشأة والتطور .

المبحث الخامس : أهداف حركة حماية المستهلك ومجالاتها.

وفيه مطلبان :

المطلب الأول : أهداف حركة حماية المستهلك .

المطلب الثاني : مجالات حماية المستهلك .

الفصل الثاني : التدابير الاحترازية لحماية المستهلك في الفقه الاسلامي مقارناً بالقانون الوضعي .

وفيه ثلاثة مباحث :

المبحث الأول : التدابير الاحترازية لحماية المستهلك قبل ابرام العقد .

وفيه مطلبان :

المطلب الأول : التدابير الاحترازية لحماية المستهلك في مرحلة الانتاج والتصنيع

المطلب الثاني :التدابير الاحترازية لحماية المستهلك في مرحلة التسويق

المبحث الثاني : التدابير الاحترازية لحماية المستهلك عند ابرام العقد .

وفيه مطلبان :

المطلب الأول : حماية رضا المستهلك .

المطلب الثاني : تزويد المستهلك بالمعلومات حول السلع .

المبحث الثالث : التدابير الاحترازية لحماية المستهلك بعد ابرام العقد .

وفيه مطلبان :

المطلب الأول : التدابير الاحترازية لحماية المستهلك عند عدم تنفيذ العقد

المطلب الثاني : التدابير الاحترازية لحماية المستهلك من سوء تنفيذ العقد

الفصل الثالث : التدابير التشريعية لحماية المستهلك في الفقه الاسلامي مقارناً بالقانون الوضعي.

وفيه أربعة مباحث :

المبحث الأول : التدابير التشريعية لحماية المستهلك قبل ابرام العقد .

وفيه مطلبان :

المطلب الأول : عقود حرمها الشارع أصلا لحماية المسهلك .

المطلب الثاني : تحريم عقود مباحة أصلا لظرف طاريء لحماية المستهلك.

المبحث الثاني : التدابير التشريعية لحماية المستهلك في مرحلتي الانتاج والتسويق

وفيه مطلبان :

المطلب الأول : تحريم الغش والتدليس في السلع وأثر ذلك في حماية المستهلك

المطلب الثاني : تحريم الاحتكار وأثر ذلك في حماية المستهلك .

المبحث الثالث : التدابير التشريعية لحماية المستهلك عند ابرام العقد .

وفيه أربعة مطالب :

المطلب الأول : اشتراط الأهلية في المستهلك .

المطلب الثاني :اشتراط وجود الولي أو القاضي عند عدم تحقق الأهلية للمستهلك

المطلب الثالث : الحجر على السفيه ومن يأخذ حكمه .

المطلب الرابع : الضوابط التشريعية لاجراء العقد بوسائل الاتصال الحديثة .

المبحث الرابع : التدابير التشريعية لحماية المستهلك عند تنفيذ العقد .

وفيه مطلبان :

المطلب الأول : الخيارات في البيع للمشتري .

المطلب الثاني : تضمين الصناع والحرفيين .

الفصل الرابع : دور الدولة في حماية المستهلك .وفيه مبحثان :

المبحث الأول : نظام التسعير .

المبحث الثاني : مراقبة الدولة للأعمال التجارية .

وفيه مطلبان :

المطلب الأول: مراقبة الدولة للدعاية والاعلانات التجارية .

المطلب الثاني: نظام الحسبة .

الفصل الخامس : مؤسسات حماية المستهلك . وفيه مبحثان :

المبحث الأول : مؤسسات حماية المستهلك في الدولة الاسلامية .

المبحث الثاني : مؤسسات حماية المستهلك في الدولة في الوقت العصر الحاضر.

وأخيراً : فهذا الجهد المستطاع ، فإن وفقت فبفضل الله تعالى ، وإن كانت الثانية ؛ فمن عجزي وتقصيري ، سائلاً المولى عز وجل أن يغفر لي . وها أنا أضع جهدي بين يدي أساتذتي الأفاضل ليسدوا الخلل وليبينوا الزلل ، وأسأل الله تعالى أن يجعل ذلك في ميزان حسناتهم يوم القيامة .

التمهيد:

شرع الله سبحانه وتعالى هذا الدين لإصلاح أحوال الناس ، وانتظام أمورهم ، وارتقاء معاشهم، وليحقق لهم السعادة في الدنيا والفوز في الآخرة ؛ ويتحقق ذلك بالوحدانية والاستخلاف ، والعدل الكامل ، وما ينتج عنه من أمن شامل ، وطمأنينة عامة ، وعمران واسع ، ورخاء منتشر(١)، ليعيش جميع أفراد المجتمع الإسلامي متكافلين ؛ كالبنيان المرصوص يشد بعضه بعضا. فلا يلجأ فرد إلى غش وخداع فرد آخر إذا وجد فيه ضعفاً ، أوعدم إدراكٍ لحقائق الأمور ؛ بل يعينه على معرفة الصواب ، ويعرفه بما قد يصيبه من أضرار ؛ فيبعد عنه الجهل ، ويحقق له الرضا ، وهذا الصدق في التعامل ، والحرص على مصلحة الغير لا يختلف بين تاجر وغيره، وبين منتِج ومنتَج ، أو منتِج ومستهلك ، وحماية الضعيف مطلب من مطالب هذا التعامل الصادق .

وبما أن في المجتمع الغني والفقير ، والقوي والضعيف ، والعالم والجاهل، والمنتج والمستهلك ، فإن وجود المستغل والمخادع والغاش والمحتال والعاصي أمر مُتوقع ؛ لما جبلت عليه النفوس من الأثرة وحب المال ؛ لذا كان لا بد من وجود تدابير لحماية الأفراد الضعفاء في المجتمع الإسلامي ، وقبل بيان هذه التدابير ، نمهِّد للموضوع بالأمور التالية :-

أولاً : يجب على الإنسان أن يؤمن بأن الناس متفاوتون في الأرزاق، وأن الله

---

(١) الخياط ، عبد العزيز الخياط ، المؤيدات التشريعية، ص١١ ،دار السلام بالقاهرة ، ط٢ ،١٩٨٦م.

جعلهم درجات لحكم منها[١] :

١- إصلاح حال الناس في الدنيا، بقوله تعالى : " وَلَوْ بَسَطَ ٱللَّهُ ٱلرِّزْقَ لِعِبَادِهِۦ لَبَغَوْا۟ فِى ٱلْأَرْضِ وَلَٰكِن يُنَزِّلُ بِقَدَرٍ مَّا يَشَآءُ ۚ إِنَّهُۥ بِعِبَادِهِۦ خَبِيرٌۢ بَصِيرٌ "[٢].

٢- مساعدة الناس بعضهم بعضاً، ولأن الناس على درجات في الرزق والعلم ... وهذا الاختلاف فيما بين الأفراد يوجههم لتبادل المنافع فيما بينهم .

٣- الابتلاء والاختبار، لقوله تعالى: " وَرَفَعَ بَعْضَكُمْ فَوْقَ بَعْضٍ دَرَجَٰتٍ لِّيَبْلُوَكُمْ فِى مَآ ءَاتَىٰكُمْ " [٣] .

وبالرغم من هذا التفاوت في الأرزاق والدرجات، فإن المسلم مأمور بأن يبذل ما يستطيع من الأعمال المشروعة والنافعة لقوله تعالى : " فَٱمْشُوا۟ فِى مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا۟ مِن رِّزْقِهِۦ ۖ وَإِلَيْهِ ٱلنُّشُورُ " [٤] . ومأمور بأن يقنع بما قدره الله له من الرزق، ولا يتمنى ما فضل الله بعض الناس على بعض، لأن هذا يوقع الحسد والحقد بين الناس، لقوله تعالى:"وَلَا تَتَمَنَّوْا۟ مَا فَضَّلَ ٱللَّهُ بِهِۦ بَعْضَكُمْ عَلَىٰ بَعْضٍ ۚ " [٥].

ووجود التفاوت بين الناس من حيث الرزق لا يعني أن الغني أفضل من الفقير أو العكس، بل التفاضل بين الناس قائم على التقوى ، فالتقي سواء كان

---

(١) أبو يحيى ، محمد حسن ، اقتصادنا في ضوء القرآن والسنة ،دار عمار ، عمان ، ط١ ،١٩٨٩م ، ص٣٦٧-٣٧١.

(٢) سورة الشورى ، أية (٢٧) .

(٣) سورة الأنعام ، أية (١٦٥) .

(٤) سورة الملك ، أية (١٥).

(٥) سورة النساء من الآية (٣٢) .

غنياً أو فقيراً يفضل غيره عند الله .

وعليه؛ فتوزيع الناس في المجتمع بين منتج ومستهلك ، ما هو إلا تحقيق لتبادل المنافع بين الناس ، فالضعيف في طرف العملية التجارية –المستهلك – يتبادل المنافع مع الطرف القوي فيها – المنتج– ، ومن الضروري أن يتحقق له الراحة والاطمئنان في علاقاته التجارية ، وتوفير الحماية الكافية له ، فتصلح أحوال الناس النفسية، والمادية في هذه الحياة الدنيا .

ثانياً : في خصائص التجارة وتنظيمها في الإسلام.

شرع الله سبحانه وتعالى التجارة ، وجعلها مصدرا من مصادر المعاش، وهي من أوسع ميادين النشاط البشري، وترتبط التجارة بأنشطة أخرى كالصناعة والزراعة ، وذلك لان المنتجات الصناعية والزراعية لابد لها من تصريف ولا يكون ذلك إلا بالتجارة.

والتجارة من اكثر وجوه النشاط البشري إغراء ؛ لما فيها من كثرة الأرباح وتنوعها. وفي التجارة مجال واسع لأنواع الحيل سواء كان ذلك في ترويج السلع ، أو في إخفاء عيوبها، أو الاستغلال لسلامة قلوب المتعاملين والمستهلكين.

ولما كانت حاجة الناس إليها ضرورية، وكان مجال الانحراف فيها واسعاً، أولاها الإسلام عناية قوية، وخص التجار ببواعث من الترغيب وزواجر من

الترهيب تقيمهم على الطريق السوي الذي يأتمن النـــاس فيـــه علـــى أمـــوالهم وحقوقهم، ومن ذلك الأمان أن يُحمى المستهلك ، فلا يتعرض لغشٍ أو خداع أو استغلال ، وتحقق له الراحة والاستقرار في تصرفاته المالية.

وليس الهدف من الاتجار في الإسلام تحقيق مصالح خاصة بالدرجـــة الأولـــى، وانما الهدف منه إقامة المصالح المشروعة ودرء المفاسد التـــي تنهـــى عنهـــا الشريعة.

ولذا؛ فان الاتجار يقصد به في الإسلام جلب المصالح بتقريب الـــسلع لطالبيهـــا حفظاً لضروراتهم ، وتخفيفاً للمشقة عنهم وتيسيراً لحياتهم ،وحفظاً لأمنهم وطلباً لاستقرارهم.

وأما العقود في الفقه الإسلامي؛ فما هي إلا مجرد وسائل لإدخال الفـــرد تحـــت أحكام شرعية معينة بقصد احترام النظام العام وتقديره، وهو المحافظـــة علـــى مقاصد الشريعة في الخلق بجلب المصالح لهم ، ودرء المفاسد عنهم(١).

وبما أن التاجر هو الطرف الذي يقوم بهذا العمل التجاري الضخم، فإن الإسلام يطلب منه أموراً تلزمه بالتعامل في نطاق ما شُرع حتى تتحقق الحماية للطرف الضعيف في العملية التجارية وهو المستهلك ولا يتعرض للأضرار .

ومن هذه المتطلبات التي جاء بها الإسلام لمنع الأضرار بالمستهلك :

---

(١) الشرنباصي ، رمضان علي ، حماية المستهلك في الفقه الإسلامي، ص١٣-١٥، مطبعة الامانة ، ط:١ ، ١٤٠٤هـ بتصرف .

١- ألا يظهر التاجر محاسن السلعة ويخفي عيبها ، ويهدف الإسلام من ذلك إلى استقرار التعامل بين الناس واطمئنان معاشهم وحياتهم . ودليل ذلك أن النبي – صلى الله عليه وسلم- مر على صبرة طعام ، فأدخل يده فيها ، فنالت اصابعه بللاً ، فقال :" ما هذا يا صاحب الطعام ؟ فقال: أصابته السماء، -يريد أن المطر نزل عليه-فقال صلى الله عليه وسلم: أفلا جعلته فوق الطعام حتى يراه الناس؟ من غش فليس مني "[١] .

ويفهم من هذا الحديث أن كتمان عيب السلعة ممنوع ، وأنه يجب على البائع والصانع أن يبين للمشتري والمستهلك ، كل ما يحيط بالسلعة وإلا كان غشاً [٢] .

٢- ألا يبيع التاجر بأكثر من الثمن المعتاد، استغلالاً للحاجة واستكثاراً للربح، والتاجر منهي أيضاً عن الطمع في الربح الكثير ؛ باحتكاره السلع ومنع الطعام والشراب والكساء والدواء عن الناس، ومن الأحاديث التي جاءت

في النهي عن الاحتكار ، أن النبي –صلى الله عليه وسلم – قال : " من احتكر

---

(١) مسلم ، مسلم بن الحجاج النيسابوري ، الصحيح ، باب قول النبي – صلى الله عليه وسلم – من غشنا فليس منا ، ٩٩/١ ، دار احياء التراث العربي ، بيروت ، حديث رقم : (٢٢٢٥) ، ابن حبان ، أبو حاتم البستي ، الصحيح ، باب الزجر عن ان ينفق المرء سلعته بالحلف الكاذب ، مؤسسة الرسالة بيروت ، ط٢ سنة ١٤١٤هـ ، تحقيق : شعيب الارنؤوط ، ٢٧٠/١١ ، حديث رقم (٤٩٠٥) ذكر الزجر عن غش المسلمين بعضهم بعضافي البيع والشراء .

(٢) شلتوت، محمود ، من توجيهات الإسلام ،ص ١٩٣ ، والسباعي ، حسين بن أحمد ،الروض النضير،٥٨٣/٣، مكتبة دار البيان ، دمشق ، ١٩٦٨م .

الطعام أربعين يوماً بريء من الله ، وبريء الله منه " [١] .

٣- تحذير الإسلام للتجار من الترويج الكاذب للسلع ، وذلك من خلال تأكيدهم للأيمان الفاجرة الكاذبة، حتى يضللوا المستهلكين فيخدعونهم ويدلسون عليهم . ومن الأحاديث التي جاءت في حرمة الترويج الكاذب للسلع أن النبي -صلى الله عليه وسلم – قال: " اليمين الكاذبة منفقة للسلعة ممحقة للبركة " [٢] ، فاليمين الكاذبة تروج السلع فتباع بثمن فاحش ، ولكنها تنزع البركة من ثمنها [٣] .

ومن هنا أرى أن ما جاء به الإسلام من أوامر توجيهات وإرشادات للتجار، ما هي إلا إرساء لمعاني الاطمئنان والاستقرار في المجتمع، لان المستهلك إذا أراد أن يحصل على سلعة معينة في ظل هذه التوجيهات الإسلامية ، فإنه يحصل على مراده مطمئناً مستقراً غير مضطرب .

ثالثاً : في مقصد الشريعة الإسلامية من تشريع الأنظمة[٤]:

تهدف الشريعة الإسلامية بعامة إلى حفظ نظام الناس وتحقيق مصالحهم، واستدامة الصلاح لهم، وهذا بوجود نظام عادل ، وتشريع زاجر، وحكومة

---

(١) احمد بن حنبل ، المسند ، ٣٣/٢ ، الناشر : مؤسسة قرطبة ، مصر ، وفي سند الحديث : ابو بشر الأملوكي وقد ضعفه ابن معين ، انظر : الهيثمي ، علي بن ابي بكر ، مجمع الزوائد ومنبع الفوائد ،١٠٠/٤ ، باب الاحتكار ، نشر : دار الريان بالقاهرة ، ودار الكتاب العربي ، بيروت ، سنة ١٤٠٧هـ. وقال عنه ابن حاتم : انه حديث منكر ، انظر : علل ابن حاتم ، ٣٩٢/١ ، دار المعرفة ، بيروت ، تحقيق تحقيق : محب الدين الخطيب ، ويمكن الاستدلال بهذا الحديث لوجود شواهد صحيحة تقويه .

(٢) صحيح ابن حبان ، ٢٧١/١١،ح (٤٩٠٦) باب الزجر عن ان ينفق المرء سلعته بالحلف الكاذب ، ومسند أحمد :٤١٣/٢ ، ح (٩٣٣٨) ، والحديث صحيح لوجود شواهد له في صحيح البخاري :٧٣٥/٢.

(٣)الغزالي ، محمد بن محمد ، إحياء علوم الدين ، ٦٦/٢ ، دار المعرفة بيروت .

(٤) الخياط، المؤيدات التشريعية،ص٢٣-٢٤.

تهيمن على تنفيذه.

والفلسفة العامة للتشريع الإسلامي، والغاية الكبرى له حفظ نظام الناس، واستدامة صلاح هذا النظام، بوجود الحكومة الصالحة التي تهيمن على تطبيقه، وتقوم على رعاية شؤون الناس ، ومصالحهم بالشريعة الغراء.

وحفظ نظام الناس وصلاحهم، يعني صلاح عقولهم، وأعمالهم ونفوسهم، وأموالهم، وعلاقاتهم وأحوالهم كلها، وإبعادها عن الفساد والمفسدين، وهي غاية النبوات وهدف التشريعات، قال تعالى حكاية عن شعيب عليه السلام" إِنْ أُرِيدُ إِلَّا ٱلْإِصْلَٰحَ مَا ٱسْتَطَعْتُ وَمَا تَوْفِيقِىٓ إِلَّا بِٱللَّهِ عَلَيْهِ تَوَكَّلْتُ وَإِلَيْهِ أُنِيبُ "(١).

وقد نعى الله سبحانه وتعالى على المفسدين ، ونهى عن الفساد، قال تعالى: " فَهَلْ عَسَيْتُمْ إِن تَوَلَّيْتُمْ أَن تُفْسِدُوا۟ فِى ٱلْأَرْضِ وَتُقَطِّعُوٓا۟ أَرْحَامَكُمْ ﴿٢٢﴾ أُو۟لَٰٓئِكَ ٱلَّذِينَ لَعَنَهُمُ ٱللَّهُ فَأَصَمَّهُمْ وَأَعْمَىٰٓ أَبْصَٰرَهُمْ " (٢) .

وقال تعالى : " وَإِذَا تَوَلَّىٰ سَعَىٰ فِى ٱلْأَرْضِ لِيُفْسِدَ فِيهَا وَيُهْلِكَ ٱلْحَرْثَ وَٱلنَّسْلَ وَٱللَّهُ لَا يُحِبُّ ٱلْفَسَادَ " (٣) .

وتدور مقاصد الشريعة ، وفلسفة تشريعها، حول الأمور العامة التي استخدمتها الشريعة ، وقصدت إلى حفظها في الناس، وهي الضروريات

---

(١) سورة هود، آية ٨٨.
(٢) سورة محمد ، آية (٢٢-٢٣) .
(٣) سورة البقرة ،آية ٢٠٥.

والحاجيات والتحسينات .

فالضروريات: هي التي لا بد منها لمصالح الناس ديناً ودنيا، بحيث إذا فقدت لم تجر مصالح الناس على استقامة ، وعم الفساد، وانتشرت الفوضى، واختل نظام الحياة، وهي حفظ الدين، والنفس، والعقل، والنسل، والمال[١] .

وأما الحاجيات : فهي ما تحتاج إليه الأمة لتحسين مصالحها ، وانتظام أمورها، توسعة على الناس، ورفعاً للمشقة عنهم ، سواء أكان ذلك في العادات ، كإباحة التمتع بالطيبات أو في المعاملات كالاستصناع ، أو في الجنايات كدرء الحد بالشبهة، أو في العبادات ، بالرخص الجزئية ، كقصر الصلاة الرباعية وإباحة الفطر للمريض .

وأما التحسينات: فهي الأخذ بمحاسن العادات والأخلاق، وترك ما تستقذره النفس ، وتعافه الطباع المستقيمة [٢]، وهي تؤدي إلى كمال حال الأمة في نظامها حتى تعيش آمنة مطمئنة [٣] ، وذلك كستر العورة وإزالة النجاسة، وآداب الطعام ، وحرمة الإسراف والتقتير، ومنع بيع الكلأ، والزائد من الماء[٤] .

ومع وجود المقاصد العامة للشريعة الإسلامية ، فإن هناك غايات خاصة

---

(١) الشاطبي، ابراهيم بن موسى ، الموافقات في أصول الشريعة ، ٤/٢، مطبعة المكتبة التجارية ، مصر ، إبن عاشور،محمد الطاهر ، مقاصد الشريعة الاسلامية، ص٦٣، مكتبة الاستقامة ، تونس ، ط١ سنة ١٣٦٦هـ .

(٢) السبكي، تاريخ التشريع الإسلامي ، ١٨/١ ، دار العصماء ، دمشق، والشاطبي ، الموافقات ، ١٠/٢.

(٣) ابن عاشور، مقاصد الشريعة ،ص٨٥، والشوكاني،إرشاد الفحول،ص١٨٩.

(٤) الخياط،المجتمع المتكامل في الإسلام،ص٦٥-٦٧،مؤسسة الرسالة ، بيروت ،١٩٧٢م ، الزحيلي، وهبه ،نظرية الضرورة الشرعية، ص٤٩، مؤسسة الرسالة بيروت ، ط٢ ،١٩٧٩م .

لكل نواحي الأحكام الشرعية بمختلف فروعهـا ، فللعـادات غايـة وفلـسفة ، وللمعاملات غاية وفلسفة ، ولإحكام القضاء غاية وفلسفة وهكذا [١] ، ومن ذلـك حماية المستهلك ومنع الاضرار به ، ومنحه الاطمئنان والاستقرار في تصرفاته التجارية .

وبناء على ما سبق يتيقن المسلم أن الشريعة الإسلامية تحرص إلى إيجاد وتكوين شخصية منسجمة متكاملة للإنسان المسلم ؛ بحيث يكون عـضواً نافعـاً يحرص على زرع عناصر الراحة والاطمئنان والسعادة له ، ولمن حولـه مـن البشر جميعاً، ويبتعد كل البعد عن الإضرار بالناس وإرباكهم ، ومـنعهم مـن تحصيل متطلباتهم وحاجتهم ، فتتوفر الحماية القانونية للمستهلك .

(١) الخياط ، المؤيدات التشريعية ، ص٢٤.

الفصل الأول

مفهوم التدابير الاحترازية والتشريعية لحماية المستهلك ، نشأة وتطور حركة حماية المستهلك ، وأهدافها ومجالاتها

وفيه خمسة مباحث :

المبحث الأول : مفهوم التدابير الاحترازية وضوابطها .

المبحث الثاني : مفهوم التدابير التشريعية وضوابطها .

المبحث الثالث :مفهوم حماية المستهلك ، والالفاظ ذات الصلة .

المبحث الرابع : لمحة تاريخية عن نشأة حركة حماية المستهلك .

المبحث الخامس : أهداف حركة حماية المستهلك ومجالاتها .

الفصل الأول

مفهوم التدابير الاحترازية والتشريعية لحماية المستهلك، نشأة وتطور حركة حماية المستهلك ، وأهدافها ومجالاتها

سنتناول في هذا الفصل ، بيان المصطلحات ذات الصلة بالموضوع لغةً واصطلاحاً ، والتدرج التاريخي لحركة حماية المستهلك ، مع ذكر الأهداف منها، والمجالات التي يمكن حماية المستهلك فيها :

المبحث الأول : مفهوم التدابير الاحترازية وضوابطها .

المطلب الأول : مفهوم التدابير الاحترازية.

أولاً : التدابير الاحترازية لغة :

مركب اضافي من كلمتين :

فالتدابير؛ جمع تدبير، والتدبير في الأمر: أن تنظر إلى ما تؤول إليه عاقبته، يقال : فلان ما يدري قبال الأمر من دباره: أي أوله من آخره، والتدبر في الأمر: التفكر فيه ، يقال : إن فلاناً لو استقبل من أمره ما استدبره لهدي لوجهة أمره: أي لو علم في بدء أمره ما علمه في آخره لاسترشد لأمره؛ والتدبير : أن يعتق الرجل عبده عن دبر ، ويدبر الأمر ، أي : ينظر في عواقبه [(١)] .

وأما الاحترازية ؛ فهي من حَرَزَ، واحترز منه : توقاه ، واحترزت من كذا

---

(١) ابن منظور ،أبو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم ، لسان العرب ، ٢٨٣/٤ ، دار احياء التراث العربي ، بيروت، والرازي ، محمد ابي بكر ، مختار الصحاح ،ص١٠٥ ، الهيئة المصرية العامة للكتاب،١٩٨٧م.

وتحرزت : أي توقيته [١] .

ثانياً : التدابير الاحترازية اصطلاحاً .

جاء في معجم لغة الفقهاء : التدبير : مصدر دبر الأمر؛ إذا ساسه . ونظر في عاقبته [٢] .

وعند البعض : التدبير هو النظر في عاقبة الأمور، واستعمال الرأي بفعل شاق[٣].

وقد يطلق لفظ التدابير الاحترازية ويراد منه مجموعة من الإجراءات تواجه خطورة إجرامية كامنة في شخص يرتكب جريمة لتدرأها عن المجتمع [٤] ، وبهدف الحيلولة دون ارتكابهم جرائم تالية[٥].

أو :"مجموعة الإجراءات التي تتخذها الدولة لمنع الجريمة ، وحماية المجتمع من المجرمين ، وضمان سلامة الناس ، وأمنهم ليعيشوا هادئين مطمئنين ويتمكنوا من أداء واجبهم الديني ، والدنيوي في راحة واطمئنان [٦] .

---

(١) ابن منظور ، لسان العرب ،١٢١/٣ ، وإبراهيم أنيس وآخرون ، المعجم الوسيط ،ص ١٦٦، دار احياء التراث العربي ، بيروت ، ط٢ . والرازي ، مختار الصحاح ،ص ٧٤.

(٢) قلعجي ،محمدرواس ، قنيبي، حامد ، معجم لغة الفقهاء ، ص١٢٦، دار النفائس ، بيروت ، ط١، ١٩٨٥م.

(٣) أبو جيب ، سعدي ابو جيب ، القاموس الفقهي ،ص١٢٨ ، دار الفكر ، دمشق ،ط١ ، ١٩٨٢م.

(٤) حبيب ، محمد شلال ، التدابير الاحترازية ، ص٥ ،الدار العربية للطباعة والنشر ، بغداد ، ط١.

(٥) محمود ، ضاري خليل،بحث بعنوان : ريادة الفقه الاسلامي في ابداع نظرية التدابير الاحترازية ، المجلة العربية للفقه والقضاء ، ص١٤ ، عدد٩ ، نيسان ١٩٨٩م، تصدرها الامانة العامة لمجلس وزراء العدل العرب .

(٦) وهبة ، توفيق علي ، التدابير الزجرية والوقائية في التشريع الاسلامي ، ص٢١، دار اللواء بتصرف .

أو : " إجراءات إصلاحية أو وقائية ، يراد بها القضاء على الحالة الخطـرة أو تجنب مفعولها "[١] .

ويلاحظ أن التعريفات السابقة قصد بها التدابير الاحترازية لوقاية المجتمع من الجريمة ، ولم أقف على مصطلح خاص لمفهوم التدابير الاحترازية لحماية المستهلك ، ويمكن أن نحدد مفهوم التدابير الاحترازية لحماية المستهلك بأنها :

" إجراءات وقائية تتخذها الدولة أو من ينوب عنها ، تحقيقاً لمقاصد التشريع الاسلامي في اقامة علاقة متوازنة بين المنتِج ، والمستهلك ،فتمنع الظلم والضرر ، وتحقق الاطمئنان ، والاستقرار في العلاقات التجارية بينهما .

والناظر في تعريف التدابير الاحترازية يجد ما يلي :

١- أن هذه التدابير: هي إجراءات وقائية لا تتخذ ضد من اقترف محظورات شرعية بالفعل؛ بل تستعمل ضد أناس يظن أنهم يشكلون خطورة محتملة على أمن الجماعة .

ولذا ؛ عبرت عنها بأنها إجراء وقائي وذلك لمنع وقوع المحظورات الشرعية المحتملة ، لا المحظورات الواقعة فعلاً .

ومن الأمثلة على الإجراء الوقائي الذي يُتخذ لمواجهة المحظورات الشرعية المحتملة ، ما يلي :

---

(١) إبراهيم ، أحمد عبد الرحمن ، التدابير الزجرية والوقائية ، بحث مجلة أضواء الشريعة ، ص٣٩٨، عدد١٢ ، ١٤٠١هـ ، تصدر عن كلية الشريعة ، جامعة الامام محمد بن سعود ، الرياض .

أ- مصادرة البضائع المغشوشة ؛ لمنع المستهلك من تناول السلع الضارة به .

ب- منع الاعلان الكاذب عن مواصفات السلع ، لمنع التغرير بالمستهلك.

٢- اتخاذ هذه الإجراءات الوقائية يكون من قبل الدولة ، وذلك من خلال أجهزتها أو من ينوب عنها؛ من مؤسسات وجمعيات لحماية المستهلك .

٣- يقصد من هذه التدابير الاحترازية أن يحصل المستهلك على الاطمئنان والاستقرار في أي تصرف تجاري يود القيام به .

وللتدابير الاحترازية ضوابط تحدد المقصود بها ، وتميزها عن غيرها؛ بيانها في المطلب التالي .

المطلب الثاني : ضوابط التدابير الاحترازية .

لتحديد المقصود بالتدابير الاحترازية لا بد من بيان ضوابط وشروط هذه التدابير؛ فيما يلي :-

١ - لا تتخذ التدابير الاحترازية ضد اشخاص اقترفوا محظورات بالفعل، وإنما لمنع وقوع محظورات محتملة [١].

٢ - التدابير الاحترازية مبناها المصلحة ، ويمكن أن تتغير من وقت لآخر لأن ضوابطها مصلحية .

٣ - حتى نحكم على هذا الفعل أنه تدبير احترازي ، لا بد من وقوع محظورات

---

(١) ابراهيم ، أحمد عبد الرحمن ، التدابير الزجرية والوقائية ، ص٣٩٨-٤٠٠ بتصرف ، مجلة أضواء الشريعة عدد١٢ .

محظورات سابقة [١] .

٤- التدابير الاحترازية ؛ تواجه خطورة ارتكاب محظورات شرعية [٢] .

٥ – الهدف من التدابير الاحترازية؛ وقاية المجتمع واستقراره ، وتحقيق مصلحة الجماعة .

المبحث الثاني : مفهوم التدابير التشريعية وضوابطها

المطلب الأول : مفهوم التدابير التشريعية

أولاً: التدابير التشريعية لغة :

سبق بيان معنى التدابير لغة في المبحث السابق؛ وأما معنى التشريعية فهي من شَرَعَ الدين يشرعه شرعاً: سنّه وبينه ؛ وشرع الأمر : جعله مشروعاً مسنوناً. والشريعة والشرعة : ما سن الله من الدين وأمر به ، كالصوم والصلاة والحج والزكاة وسائر أعمال البر، واشترع الشريعة: سنها ، واتبعها ، يقال : اشترع شرعه فلان : يتبع نهجه ، والتشريع : سن القوانين [٣] .

---

(١) حبيب ، التدابير الاحترازية ، ص٦١ بتصرف .

(٢) المرجع السابق ، ص٦٠ بتصرف .

(٣) ابن منظور ، لسان العرب ،٨٦،٨٧/٧ ، وابراهيم أنيس وآخرون المعجم الوسيط ، ص٤٧٩.

ثانياً : التدابير التشريعية اصطلاحاً[١] .

ليس المقصود بتشريع الأحكام : تبويب القانون أو وضعه ابتداءً؛ وإنما هو تقرير حكم متضمن لقاعدة قانونية أو شرعية استجابة لظروف معينة، لعدم وجود نص صريح في القانون الموجود بحل المشكلة الآتية [٢] .

وبما أن التشريع الإسلامي بمعنى سَنُّ الأحكام وإنشاؤها لم يكن إلا في حياة الرسول صلى الله عليه وسلم ومنه هو فقط[٣] ، فلذلك يكون المقصود بتشريع الأحكام هنا: الاجتهاد التشريعي الذي يقوم به المجتهدون، وإلا فسلطة التشريع لله وحده: " إِنِ ٱلْحُكْمُ إِلَّا لِلَّهِ "[٤] [٥].

وعلى هذا يقصد بالتدابير التشريعية لحماية المستهلك : ما جاء به الإسلام من أحكام بقصد حماية المستهلك ومنع الإضرار به، حتى تتحقق له الراحة والاستقرار في تصرفاته المالية .

والناظر في تعريف التدابير التشريعية يجد ما يلي :

١- أن هذه التدابير هي أحكام جاء بها الإسلام ، ونص عليها في المصادر التشريعية الأصلية أو التبعية ؛ فهي أحكام منصوص عليها .

٢- اتخاذ هذه التدابير ضد من اقترف محظورات بالفعل ؛ فهي أحكام لمعالجة

---

(١) تم بيان المقصود بالتدابير في الاصطلاح في المبحث السابق من هذا الفصل ، ص ٢٩.

(٢) العنبكي ، أثر المصلحة في التشريعات ، الكتاب الأول في التشريع الاسلامي ، ص٩٦ .

(٣) السايس ، نشأة الفقه الاجتهادي وأطواره ،ص١١.

(٤) سورة الانعام ، آية :٥٧ .

(٥) العنبكي ، أثر المصلحة في التشريعات ، ص٩٦.

المحظورات الواقعة فعلاً .

ومن الأمثلة على الأحكام التي جاء بها الإسلام لمعالجة المحظورات الواقعة فعلاً ، ما يلي :

أ- تحريم الربا وهو ثابت في القرآن والسنة والإجماع والمعقول .

ب- تحريم الاحتكار لما له من الضرر العظيم على المستهلك وعلى المجتمع .

٣- التدابير التشريعية - في هذا المجال - يقصد منها ؛ أن يحصل المستهلك على الاطمئنان والاستقرار في أي تصرف مالي يود القيام به ، وينعكس ذلك أيضاً على المجتمع ككل .

المطلب الثاني : ضوابط التدابير التشريعية

لتحديد المقصود بالتدابير التشريعية لا بد من بيان ضوابط وشروط هذه التدابير، فيما يلي :-

١- أن هذه التدابير هي أحكام نص عليها الإسلام لحماية المستهلك واستقرار تعاملاته التجارية، ولذا فمبنى التدابير التشريعية هو النص .

٢- لا تحتاج التدابير التشريعية حتى تطبق أن يكون هنالك قرار من الدولة ، وذلك لأنها أحكام نص عليها الإسلام في المصادر التشريعية الأصلية ، أو التبعية ، يطبقها الفرد والدولة .

٣- لا يشترط أن يقع محظور شرعي على المجني عليه حتى نحدد التدبير التشريعي الذي سيمنع هذا المحظور في المستقبل؛ بل الجريمة من أصلها ممنوعة الوقوع بالنص ، وكل ما يضر بالمستهلك والمجتمع وأمنه واستقراره يمنعه الإسلام .

٤- تتخذ التدابير التشريعية ضد اشخاص ارتكبوا محظورات ؛ فهي أحكام لمعالجة الجرائم الواقعة فعلاً .

٥- الهدف من التدابير التشريعية حماية المجتمع واستقراره ، وذلك بتقويم إرادة الجاني عن طريق إيلامه ، ومنعه من العودة إلى جريمة أخرى جديدة .

٦- تتخذ التدابير التشريعية للمحافظة على المصالح الفردية ، والمصالح العامة.

المبحث الثالث : مفهوم حماية المستهلك والألفاظ ذات الصلة .

المطلب الأول : مفهوم حماية المستهلك .

أولاً : حماية المستهلك في اللغة .

الحماية في اللغة : من حَمَىَ ، وحمي الشيء حَمْياً وحِمَىً وحماية ومحميةً : منعه ودفع عنه ، ويقال حماه من الشيء وحماه الشيء ، وحَميت القوم : نصرتهم[١] .

وأما المستهلك في اللغة :

---

(١) ابن منظور ، لسان العرب ،٣٨٤/٣ ، والفيومي ، المصباح المنير ،٢١٠/١ ، والفيروزأبادي ، القاموس المحيط ، ص ١٢٧٦ ، ومصطفى وآخرون ، المعجم الوسيط ، ٢١٠/١ .

فهو اسم الفاعل من استهلك ؛ والاستهلاك من هلك الشيء يهلك هلاكاً وهِلاكاً وهُلكاً وتهليكة بزيادة الألف والسين والتاء ، وهلك بمعنى فنى ؛ مات ، واستهلكه أي أهلكه .

واستهلك المال : أنفقه وأنفده [١] .

ثانياً : حماية المستهلك في الاصطلاح : لبيان المقصود بحماية المستهلك في الأصطلاح لا بد من بحث عدة أمور وهي :

أولاً المقصود بالاستهلاك :

١- الاستهلاك في الاصطلاح الفقهي :

عرف الاستهلاك بأنه : الاتلاف فيما ينفع ، أو هو زوال المنافع التي وجد الشيء من أجل تحقيقها وإن بقيت عينه قائمة [٢] .

وعرف أيضاً بأنه : إخراج الشيء عن أن يكون منتفعاً به منفعة موضوعة مطلوبة منه عادة ، أو هو تغيير الشيء من صفة لأخرى[٣] .

وجاء في الموسوعة الفقهية الكويتية أن الاستهلاك : إخراج الشيء من أن يكون منتفعاً به منفعة مطلوبة منه عادة مع بقاء عينه [٤] .

٢- الاستهلاك في الاصطلاح الاقتصادي .

---

(١) ابن منظور ، لسان العرب ،١١٨/٥،١١٧ ، والرازي ، مختار الصحاح ص ٣٤٠ ، والفيروزأبادي ، القاموس المحيط ، ص ٩٨٥ .

(٢) قلعجي ، قنيبي ، معجم لغة الفقهاء ،ص ٦٦ .

(٣) موسوعة جمال عبد الناصر ، ١٢٤/٨.

(٤) الموسوعة الفقهية الكويتية ،٢١٦/١.

الاستهلاك : إتلاف عين بإفناء عينها أو بإذهاب منافعها ، في تحصيل منفعة [١]

وعرف الاستهلاك أيضاً بأنه : تدمير أو إهلاك السلع والخدمات المنتجة [٢] .

وعرف بأنه : ما يتناوله الانسان من السلع مباشرة لإشباع رغبة لديه [٣] .

وقيل بأن الاستهلاك : هو الانفاق ، وعرف بأنه فقد الشيء لذاتيته أو تغيير حالته أو تحويل صورته من حالة إلى أخرى مثل القماش بتفصيله ثوباً [٤] .

ثانياً : المقصود بالمستهلك :

وأما تعريف المستهلك :

فهو في الاصطلاح الفقهي :

كل من يؤول إليه الشيء بطريق الشراء بقصد الاستعمال [٥] .

وأما المستهلك في الاصطلاح الاقتصادي :

فقد عرف بأنه : الفرد الذي يمارس حق التملك والاستخدام للسلع والخدمات المعروضة للبيع في المؤسسات التسويقية[٦] .

وعرف أيضاً بأنه : من يشتري السلع والخدمات لغرض الاستهلاك

---

(١) قلعجي ، مباحث في الاقتصاد الاسلامي من أصوله الفقهية ، ص ٩٤ .
(٢) راشد البراوي ، الموسوعة الاقتصادية ، ص٩٤.
(٣) هيكل ، موسوعة المصطلحات الاقتصادية والإحصائية ، ص١٥٨ .
(٤) أبو يوسف ، الأسس العامة لأحكام المعاملات ، ص١٢٢.
(٥) الشرنباصي ، حماية المستهلك في الفقه الإسلامي ، ص٢٥.
(٦) Brain w .Harvey the law of consumer protection and fair trading . pp-3-9
وانظر : Solomon, R. consumer Behavior . p7.

الشخصي أو العائلي وليس لغرض إعادة بيع هذه السلع والخدمات[١] .

ويتنازع المستهلك في الاصطلاح القانوني اتجاهان[٢] : اتجاه موسع واتجاه ضيق .

فيقصد بالمستهلك في مفهوم الاتجاه الموسع : كل شخص يتعاقد بهدف الاستهلاك أي بمعنى استعمال أو استخدام مال أو خدمة [٣].

ويقصد بالمستهلك وفقاً لمفهومه الضيق : كل شخص يتعاقد بقصد إشباع حاجاته الشخصية أو العائلية ، وعلى ذلك لا يكتسب صفة المستهلك وفقاً لهذا المفهوم من يتعاقد لأغراض مهنية أو مشروعة[٤].

وبناء على ما سبق أرى أن المستهلك هو : الشخص الذي ينتفع بالأعيان بزوال عينها أو اتلافها أو ببقاء الأعيان مع التغيير في صفاتها بقصد إشباع حاجاته الأساسية والكمالية الآنية والمستقبلية دون رغبته في بيع هذه الأعيان أو تسويقها

---

(١) Longman Dictionary of Business English . Adam , Pl19– ، وانظر : كامل : سلوك المشتري المستهلك للأجهزة الكهربائية ، ص٧ ، وانظر : . John Kolb , and stevens . Ross Product Safety and Liability pp30-37 ، وانظر : سليمان : سلوك المستهلك من النظرية التطبيق ص٢١ . وانظر : دراسة نظم الرقابة على الأغذية لحماية المستهلك في الوطن العربي ، المنظمة العربية للزراعة ، ص١٣. وانظر :الحجار ، حماية المستهلك ، ص ١٩ .

(٢) عمران ، محمد السيد ، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد ،ص٨ ، منشأة المعارف ، الاسكندرية ،١٩٨٦.

(٣) المرجع السابق ، ص٨.

(٤) سفرجلاني ، الحماية المدنية للمستهلك في عقد البيع ،ص٤ وانظر : johestin, Traile de droitcivil ,les obligations laconttat , Formation p.46انظر :حسين ، النظرية العامة في الحماية الجنائية للمستهلك ،ص٥ ، وانظر : الرفاعي ، الحماية المدنية للمستهلك ،ص ٢٠ .

ودون أن تتوافر له القدرة الفنية على معالجة هذه الأعيان وإصلاحها .

والناظر في تعريف المستهلك السابق يظهر له عدة أمور هي :

١- أن هذا التعريف بجملته يرجع إلى معنى المستهلك لغة ، إذ يدور معنى هذه الكلمة حول ذهاب العين وإتلافها أو التغيير والتبديل فيها .

٢- المستهلك ؛ هو الانسان أي الشخص العادي الذي يمتلك القدرة على إبـــرام العقود بهدف إشباع حاجاته ورغباته .

٣- إبرام المستهلك للعقود المطلوبة من بيع وإجارة وغيرها؛ بقــصد الانتفـــاع بالعين المعقود عليها ؛ دون توفر نية مسبقة لبيع هذه الأعيان أو إعادة تصنيعها.

٤- المستهلك لا يتمتع بالقدرة الفنية للحكم على ما يسعى للحصول عليه من سلع وخدمات من حيث الجودة والمتانة ، ولا يمتلك القدرة على إصلاح هذه الأعيان بطريقة فنية .

ثالثاً : المقصود بحماية المستهلك في الاصطلاح :

هنالك تعريفات متعددة لحماية المستهلك تدور كلها حول حماية حقوق وواجبات أطراف التعامل في كل المراحل التي تمر بها السلع أو الخدمات .

ومن التعريفات العامة لحماية المستهلك ما يلي :

أولاً : حماية المستهلك هي الفلسفة التي تتبناها مختلف المنظمات بالدولة نحو توفير السلع أو تقديم الخدمات للمستهلك بأقل كلفة مادية وجسمانية ونفسية من خلال المتغيرات البيئية السائدة بالدولة [١] .

ثانياً : يقصد بحماية المستهلك حفظ حقوقه وضمان حصوله على تلك الحقوق من قبل البائعين بكافة صورهم سواء كانوا تجاراً أو صناعاً أو مقدمي خدمات [٢] .

ثالثاً : الجهود المشتركة والمنظمة في المجتمع لحماية حقوق المستهلكين في معاملاتهم مع غيرهم [٣] .

وعلى هذا يمكن تعريف حماية المستهلك : بأنها نصرة المستعمل للاعيان ، المغير لصفاتها ، وذلك بتنظيم استعماله ، وتوجيهه بما يحقق له الاطمئنان ، والسعادة والاستقرار .

والناظر فيما جاء في التعريفات السابقة يجد أن :

١- حماية المستهلك مسؤولية عدة أطراف تشترك مع بعضها في تحقيق هذا الهدف وليست مسؤولية طرف واحد بذاته ، وهذه الأطراف هي الحكومة

---

(١) عبد الهادي ، إدارة المبيعات وحماية المستهلك ، ص١٩٢.

(٢) دراسة نظم الرقابة على الأغذية لحماية المستهلك في الوطن العربي ، المنظمة العربية للتنمية الزراعية ، ص١٤ .

(٣) الحجار ، حماية المستهلك ص٢٢.

ممثلة بالأجهزة ، والإجراءات الحكومية المعنية ، والقطاع الخاص والمستهلكون أنفسهم ، والتنظيمات الخاصة أيضاً ممثلة بالأجهزة المعنية(١) .

٢- إن الحماية بهذا الشكل تكون لها صيغة اجتماعية ، وتشارك فيها كل الأطراف المختلفة داخل المجتمع كل حسب دوره واهتماماته(٢) .

٣- إن الهدف من هذه الجهود المشتركة والمنظمة في المجتمع هو حماية المستهلك في تعاملاته مع الغير سواء أكان التعامل في سلعه أو خدمة(٣).

٤- الحماية للمستهلك سواء كان فرداً أو مجموعة تتخذ بإسم الأعضاء المشتركين فيها(٤) .

المطلب الثاني : الألفاظ ذات الصلة بحماية المستهلك .

أولاً : إعانة المستهلك .

الاعانة في اللغة : من العون ، وهو الظهر على الأمر ، والجمع أعوان ، يقال : أعنته إعانة واستعنته ، واستعنت به ، وأعانه على الشيء ساعده(٥) .

والإعانة في علم الاقتصاد : " منحة مالية ، تمنحها الدولة بعض المنشآت الصناعية أو الزراعية حماية لها من الأخطار " (٦) .

---

(١) Robent low , and Geoffrey F. Consumer law and practice pp.255 - 262.

(٢) الحجار ، حماية المستهلك ، ص٢٢ .

(٣) دراسة نظم الرقابة على الأغذية ، المنظمة العربية للتنمية ، ص١٤ .

(٤) الحجار ، حماية المستهلك ، ص٢٢.

(٥) ابن منظور ، لسان العرب ، ٩/٤٨٤ ، والفيومي ، المصباح المنير ، ٢ / ٦٠٠ .

(٦) مصطفى وآخرون ، المعجم الوسيط ، ٢ / ٦٣٧ .

واما الإعانة في الاصطلاح : فهي المساعدة على الشيء في غير حال الشدة ومن غير عجلة[١] .

ويقصد بإعانة المستهلك : مساعدة كل من يستعمل العين أو يتلفها برعاية تصرفه وتنظيمه بما يحقق له الراحة والاطمئنان .

وأما وجه الصلة بين إعانة المستهلك وحمايتة:

أن إعانة المستهلك ومساعدته في الحصول على حقوقة ، واسترجاعها تمثل نوعا من الحمايه للمستهلك ، والتي يحتاجها الطرف الضعيف في العملية التجارية ، وبالتالي نكفل لهذا الطرف الحياة المريحة والمطمئنة والمستقرة .

ثانيا: إرشاد المستهلك.

الارشاد لغه من : رشد، الرُّشد، الرَّشَد،و الَّرشاد: نقيض الغي،وهو إصابة الصواب.

ورشد الانسان بالفتح، يَرْشُدُ رُشُداً بالضم، ورَشدَ بالكسر، يرشد رَشَداً ورَشَادًا، فهو راشد ورشيد، وهو نقيض الضلال إذا أصاب وجه الامر والطريق.

وإرشاد الضال: أي هدايته الطريق وتعريفه ، والارشاد : الهدايه والدلالة[٢].

---

(١) قلعجي ، الموسوعة الفقهية الميسرة ، ١ /٢٤٢.

(٢) ابن منظور ، لسان العرب ،٢١٩/٥ ، والفيومي،المصباح المنير،٣١٠/١ ، والفيروز أبادي ،القاموس المحيط ،ص٢٨٢ ،ومصطفى وآخرون ،المعجم الوسيط ، ٣٤٦/١.

وأما الإرشاد في الاصطلاح:

فيستعمله الفقهاء بمعنى الدلاله على الخير، والإرشاد إلى المصالح، سواء أكانت دنيوية ام أخروية، ويستعملونه كذلك بالمعنى الأصولي، وهو تعليم أمــر دنيوي[١].

وأما إرشاد المستهلك فيقصد به: هداية كل من يستعمل الاعيان ، باظهار حسن التصرف في أموره التجارية ، وتنظيم تصرفه بما يحقق له الراحة ، والإطمئنان.

وأما وجه الصلة بين إرشاد المستهلك وحمايته:

إن إرشاد المستهلك إلى التصرف الحكيم في أموره التجارية يمثل نوعــا من الحماية للمستهلك بوجود الإرشاد ممن عرف حقائق المبادلات التجارية، وما تنطوي عليها من معلومات تتعلق بالسلع ، والخدمات يستطيع المستهلك ان يميز بين ما يصلح له وما لا يصلح منها، وبالتالي يقرر أي المواقف التـــي يكـــسبها وأيها التي يحجم عنها .

ثالثا: نصره المستهلك .

النصرة في اللغه من نَصَرَ: والنّصر: اعانه المظلوم، نصره على عدوه ينصره ونصره ينصره نصراً. والنصرة : حسن المعونة،والتناصر: التعاون على

---

(١) الموسوعة الفقهية الكويتية ، جــ٣ ، ص١٠٦.

النصر[١] ، والنصرة عند البعض: النصر والعـــون[٢] ، وأمـــا النـــصرة فـــي الاصطلاح: فهي التأييد والمعاونة[٣] .

وعلى هذا تكون نصره المستهلك: حسن معاونة المتلف للأعيان أو المستعمل لها بتنظيم تصرفه وتوجيهه مما يحقق له الإطمئنان والسعادة.

وأما وجه الصلة بين نصرة المستهلك وحمايته:

إن المستهلك إذا وقع في مشكلة في العملية التجاريـــة لا يـــستطيع هـــو الخلاص منها سواء كان ذلك قبل تعاقده أو عنده أو بعد التعاقد وتنفيذ العقد، فإنه يجد من يعاونه ويناصره لاسترداد حقوقه وتخليصه من مشكلاته التي قد وقـــع بها.

وهذه المناصرة تمثل نوعاً من الحمايه التي يحتاجها المـــستهلك دومـــاً لمنحـــه الاطمئنان والاستقرار والراحه في هذه الحياة .

---

(١) ابن منظور ، لسان العرب ،١٦٠/١٤ ، والفيومي ، المصباح المنير ، ٨٣٤/٢ ، والفيروزأبادي ، القاموس المحيط ،ص٤٨٣.

(٢) مصطفى وآخرون ، المعجم الوسيط ، ص٩٢٦.

(٣) قلعجي ، وقنيبي ، معجم لغة الفقهاء ،ص٤٦٢.

المبحث الرابع : لمحة تاريخية عن نشأة حركة حماية المستهلك

المطلب الأول : العوامل التي أدت إلى نشأة حركة حماية المستهلك .

إن ارتفاع أسعار السلع الاستهلاكية بشكل مستمر ، وعدم رضا المستهلكين ، هي من الأسباب التي أدت إلى نشأة حركة حماية المستهلك [١]، وسأعرض فيما يلي مجموعة من العوامل الرئيسة التي أدت إلى نشأة حركة حماية المستهلك[٢]، وهي :

١- الاهتمام برفع مستوى معيشة الأفراد من حيث النوع وليس من حيث الكم .

٢- تطور مستوى المعيشة ، حيث كانت مقتصرة على الحياة البدائية من زراعة وصيد ، ثم انتقلت الى الحياة الحديثة ، في الأولى لم يكن المستهلك بحاجة الى حماية ؛ أما في الثانية فهو بحاجة ماسة للحماية التي تواكب هذه التطورات .

٣- كثرة الامراض وانتشارها ، الناتج عن تلوث البيئة ، وبالتالي كان لا بد من وجود حركات لحماية المستهلك ، الذي يعاني من آثار هذا التلوث والمخلفات الصناعية .

٤- عدم توفر عنصر الأمان والصلاحية في كثير من المنتجات المعروضة في الأسواق ، وخاصة السيارات والإطارات وألعاب الأطفال ، نتج عنه عدم رضا المستهلكين .

---

(١) الحجار ، محمد فهمي ، حماية المستهلك ، ص٢٣، رسالة ماجستير ، الجامعة الاردنية ،١٩٨٦م .

(٢) بازرعة ، إدارة التسويق ،ص٢٨٦-٢٨٨ ، والحجار ،حماية المستهلك ص٢٣.

٥- عدم رضا المستهلكين بسبب الإعلانات المضللة وغير الصادقة ، وهذه الإعلانات تزعم توافر خصائص كثيرة غير موجودة في السلع المعلن عنها .

٦- عدم رضا المستهلكين بسبب غموض شروط الضمان الخاصة بالسلع .

٧ – عدم توافر المعلومات عن السلع والخدمات المبيعة بصورة كافية ، وانتشار التضليل في البيع الشخصي والتغليف والائتمان .

٨- صعوبة الاختيار السليم بين التشكيلات المختلفة المعروضة أمام المستهلك لخلو هذه التشكيلات من البيانات أو لكون البيانات مضللة .

٩- عدم الاهتمام من جانب عدد كبير من الشركات بدراسة شكاوي المستهلكين ومشاكلهم المتعلقة بالسلع التي تنتجها هذه الشركات ، وعدم محاولة هذه الشركات معالجة هذه المشاكل وبالتالي وضع حلول لها .

ونظراً للمخاطر الكبيرة التي تنطوي عليها العملية الاستهلاكية في جميع مراحلها ؛ كان من الضروري أن توجد حركة لحماية المستهلك ، لتقديم ضمانات عديدة له ، وللتقليل من مخاطر شرائه سلعة أو آلة غير مطابقة لمواصفات معينة تضمن سلامته ، أو جراء وقوعه ضحية لتضليل المنتج أو احتكاره للسلعة أو هيمنته على العملية التعاقدية الاستهلاكية ، إذ تشكل جماعة المستهلكين السواد الأعظم في المجتمع ، لذا كانت الحاجة إلى إيجاد وسائل

لحمايتهم تشكل ضرورة ملحة ومطلباً عاماً لا يمكن بـأي حـال أن يهمـل أو يتجاهل[١] .

المطلب الثاني : حماية المستهلك : النشأة والتطور .

لا شك في أن موضوع حماية المستهلك من المواضيع التي تجذب اهتمام الكثيرين ، لما لانعدام هذه الحماية من آثار سلبية على المستهلك ،ضارة بهم ومثيرة لسخطهم على من يتلاعب بهم من المنتجين والتجار .

وعلى الرغم من الثوب العصري الحديث الذي أُلبسه هذا الموضـوع إلا أن لهذا الموضوع جذوره العميقة ، والتي تعود إلـى بـدايات ظهـور الـدين الإسلامي .

فقد أقر الإسلام عدة مبادئ وقواعد في حماية المستهلك أهمها ما يلي :

١-منع الإسلام الغش : وذلك في قوله تعالى " وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ﴿١﴾ ٱلَّذِينَ إِذَا ٱكْتَالُوا۟ عَلَى ٱلنَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ﴿٢﴾ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَو وَّزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ﴿٣﴾ "[٢] .

وقوله صلى الله عليه وسلم " من غشنا فليس منا " [٣] .

٢- حرم الإسلام الاحتكار بكل أشكاله : قال رسول الله صلى الله عليه وسلم : "

---

(١) سفرجلاني ، وائل نافذ ، الحماية المدنية للمستهلك في عقد البيع ، ص٥ بتصرف.

(٢) سورة المطففين آية ١ – ٣ .

(٣) صحيح ابن حبان ، ٣٢٦/٢ ، حديث رقم : (٣٢٦) ، باب الزجر عن أن يمكر المرءأخاه المسلم ، أو يخادعه في أسبابه ، وابن ماجه ، ابو عبد الله القزويني ، السنن ، ٧٤٩/٢ ، باب النهي عن الغش ، حديث رقم : (٢٢٢٥) ، دار الفكر ، بيروت ، تحقيق : محمد فؤاد عبد الباقي ، وهو حديث صحيح ، انظر : المستدرك على الصحيحين : ٢١٢/٢ ، طبعة دار الكتب العلمية.

لا يحتكر إلا خاطئ "[١] ، وقال عمر رضي الله عنه : سمعت رسول الله صلى الله عليه وسلم يقول :" من احتكر على المسلمين طعامهم ضـــربه الله بالجـــذام والافلاس "[٢].

٣- أمـــر الإســـلام بالـــصدق ، ونهـــى عـــن الكـــذب : قـــال تعـــالى : " يَـٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوا۟ ٱتَّقُوا۟ ٱللَّهَ وَكُونُوا۟ مَعَ ٱلصَّـٰدِقِينَ "[٣] .

وقال رسول الله صلى الله عليه وسلم : " عليكم بالصدق ، فإن الصدق يهدي إلى البر ، وإن البر يهدي إلى الجنة ، وما يزال الرجل يصدق ويتحرى الصدق حتى يكتب عند الله صديقاً ، وإياكم والكذب فإن الكذب يهدي إلى الفجور وإن الفجور يهدي إلى النار ، وما يزال الرجل يكذب ويتحرى الكذب حتى يكتـــب عنـــد الله كذاباً "[٤] .

٤- جعل الإسلام نظاماً لمراقبة السوق وهو نظام الحسبة ، إذ على المحتسب مراقبة الأسعار حتى لا يحدث تلاعب فيها أو غش في السلع ويراقب أرباب

---

(١) صحيح مسلم ، ١٢٢٨/٣ ، حديث رقم : (١٦٠٥) ،والنيسابوري / محمد بن عبد الله ،المستدرك على الصحيحين ، ١٤/٢ ، حديث رقم (٢١٦٣) باب : لا يحتكر الا خاطيء ، دار الكتب العلمية ، بيروت ، ط:١ سنة ١٤١١هـــ ، النووي ، يحيى بن شرف ، شرح النووي على صحيح مسلم ، باب تحريم الاحتكار في الاقوات ،٤٣/١١ ، دار احياء التراث العربي ، بيروت ، ط٢ ، ١٣٩٢هـــ .

(٢) ابو الفضل العسقلاني ، أحمد بن علي ،فتح الباري ، باب ما يذكر في بيع الطعام والحُكرة ، ٣٤٨/٤ ،دار المعرفة بيروت ، سنة ١٣٧٩هـــ ، ومسند أحمد ، ٢١/١ ، حديث رقم ١٣٥ ، قال عنه الساعاتي في الفتح الرباني ، ٦٤/١٤ ، اسناده صحيح ورجاله موثوقون ،انظر : نيل الأوطار ، الشوكاني ، ٥ / ٢٤٩، ومصباح الزجاجة في زوائد ابن ماجه ،١١١/٣ ، تحقيق محمد المنتقى ، الدار العربية ، بيروت .

(٣) سورة التوبة ، آية ١١٩.

(٤) صحيح مسلم ،٢٠١٣/٤ ، حديث رقم (٢٦٠٧) ، باب تحريم الكذب، وبيان المباح منه.

الصناعات ، والمهن على اختلاف أنواعها ، كما يطمئن على النظافة العامة ، ويتأكد من دقة ونظافة الأدوات الصحية[١].

ومن وظائف المحتسب ما جاء عند الماوردي وذلك في قوله (ومما يؤخذ ولاة الحسبة بمراعاته من أهل الصنائع في الأسواق ثلاثة أصناف ؛ منهم من يراعي عمله في الوفور والتقصير ومنهم من يراعي حاله في الأمانة والخيانة ،ومنهم من يراعي عمله في الجودة والرداءة) [٢] .

وسيأتي بيان ما أقره الإسلام من قواعد ومبادئ لحماية المستهلك مفصلاً في الفصل الثالث من هذا البحث بإذن الله

وأما نشأة وتطور مفهوم حماية المستهلك عند الغرب فبيانه فيما يلي :

ظهرت في بداية عام ١٩٠٠ م حركة عرفت باسم حركة المستهلك ، ونشطت هذه الحركة في بداية عام ١٩٣٠م ، وبذلت حركة المستهلك جهوداً لحماية المستهلك من السلع الضارة بصحته وسلامته ، ومن الإعلانات المضللة والمزيفة [٣] .

ومن الجدير بالذكر أن هناك ثلاثة اختلافات مهمة بين الحركة الأولى – حركة المستهلك التي ظهرت في عام ١٩٠٠م ، والتي نشطت عام ١٩٣٠م ،

---

(١) القرشي ، معالم القربة في أحكام الحسبة ، ص٢١٩ – ٢٢٠ ، بتصرف ، وانظر : حسين ، النظرية العامة في الحماية الجنائية للمستهلك ، ص١٣ .
(٢) الماوردي ، الأحكام السلطانية والولايات الدينية ، ص٢٥٥ .
(٣) الحجار ، حماية المستهلك ،ص٢٥.

وبين حركة حماية المستهلك الحالية ، وهذه الاختلافات هي [١] :

١- اختلاف المعطيات الاقتصادية الاجتماعية بشكل واضح كبير ، ففي عام ١٩٣٠ كانت آنذاك أزمة الكساد الكبير ، وانخفاض في مستويات الدخل الفردي واستفحال البطالة .

أما حركة حماية المستهلك في بداية عقد الستينات فقد نمت في جو تسوده معطيات مختلفة ، فمستويات الدخل الفردي مرتفعة ، وكذلك مستويات التضخم ، ومستويات العمالة ، ولم تعد هناك أزمات اقتصادية مستعصية .

٢- الاختلاف في طبيعة القوانين التي سنت خلال حركة المستهلك تلك.

ففي عام ١٩٣٠م كان التركيز القانوني على الحماية التنافسية والتأكيد على التنافس الحر ، وحماية المستهلك تحققت كردة فعل جانبية وليست أساسية ، بينما القوانين الحالية فتركز على حماية المستهلك كهدف أساسي .

٣- الاختلاف في أن حركة حماية المستهلك الحالية من المتوقع لها أن تنمو بشكل كبير ، لأنها أبرزت هيكلاً تنظيمياً يرتكز عليه .

هذا وقد أسست وكالات حكومية تعمل على إدارة القوانين المرشدة للمستهلك ، وتعمل على حماية تطلعات ومصالح المستهلك .

---

(١) James L. Heskett , Markting , pp520-525. ، والحجار ، حماية المستهلك ، ص٢٥ وما بعدها .

الملاحظ مما سبق أن مفهوم حماية المستهلك اجتاز عدة مراحل أثــرت فيه وأثر فيها ، وإنه من الضروري استعراض هذه المراحل لتكوين فكرة عــن الخلفية التاريخية لمفهوم حماية المستهلك ،وهذه المراحــل ثــلاث متلاحقــة ؛ هي[١]:

١-مرحلة ما قبل وعي المستهلك لحقوقه (The period of innocence)

٢-مرحلة وعي الجمهور(The period of public awareness) .

٣-مرحلة بلورة حقوق المستهلك

(The period of consumer achievement) .

وبيان هذه المراحل فيما يلي [٢] :

١- مرحلة ما قبل وعي المستهلك لحقوقه :

في هذه المرحلة اعتقد الناس بأنه ليس لهم الحق في المطالبة بأكثر ممـا هو متوفر في تلك الفترة من حقوق لهم ، وإن النظام يزودهم بمتطلباتهم .

هذه المرحلة استمرت منذ العصور القديمة وحتى بداية (١٩٠٠م) تقريباً ، وفيها اعتقد معظم الناس بالمنافسة الحرة ، واستقلال الموارد الاقتصادية بشكل جيد تلقائياً "ذاتياً" ، وكتب "الفرد مارشال وأدم سميث " عن تــوازن الاقتــصاد وعن مبدأ اليد الخفية التي تسيطر على النظام الاقتصادي ، وحتى أن المستهلك

---

(١) Joseph C.Seibert, concepts of marketing management pp445-464
والحجار ، حماية المستهلك ص٢٦ ، وما بعدها .

(٢) نفس المراجع السابقة .

الفرد يقع تحت سيطرتها ؛ بل وأكثر من هذا ، لم يرغب الأفراد بالاعتماد على تصرف الجماعة ،أو الحكومة ، أو الوكالات الخاصة من أجل تحقيق أهدافهم .

وبالتالي فمن الواضح أنه لم يكن هناك وجود لعمل جماعي منظم من قبل المستهلكين .

٢- مرحلة وعي الجمهور :

بدأت هذه المرحلة في عام (١٩٠٠) م تقريباً واستمرت حتى عام ١٩٦٠، وتعتبر مرحلة الاستيقاظ لحركة حماية المستهلك .

وسميت هذه المرحلة باسم مرحلة وعي الجمهور لتعبر عن التغيير الحقيقي الذي حدث في نظرة الجمهور نحو مشاكل المستهلك خلال هذه المرحلة(١) .

في هذه المرحلة ، بدأت تظهر قيادة لحركة حماية المستهلك ، وشكلت أول نقابة للمستهلكين في أمريكا ، ومن ثم تطورت النقابة وأصبحت اتحاداً عالمياً .

ونشر كتابان في الفترة بين عام (١٩٠٠) م وعام (١٩٣٠) م ، هما : "الغابة " ، ويعرض هذا الكتاب صوراً تفضح ظروف العمل في صناعة تعليب

---

(١) James . Engel and David T.Kollat , consumer Behavior, pp320 -326
والمنظمة العربية للمواصفات والمقاييس ، جمعية حماية المستهلك ، ص١٤-١٥ بتصرف ، والحجار ، حماية المستهلك ، ص٢٧.

اللحم في شيكاغو[١] ، ووضح الكتاب كيف أن الفئران والأتربة تصل إلى اللحم قبل تعليبه ، وكنتيجة لمصداقية الكتاب ، فقد أصبح مرجعاً هاماً ، ولاقى رواجاً.

أما الكتاب الآخر ، فحمل اسم "قيمة نقودك" ؛ وهاجم الإعلان المضلل والبيع بتأثير ضغوط قوية ، وفي عام (١٩٣٠)م أصبحت حركة المستهلك حقيقة وواقعاً ، ولكنها لم تكتسب الوضوح التام كحركة .

وقد نمت حركة حماية المستهلك ببطء وثبات خلال فترة الثلاثينيات بعد عام ١٩٣٠ ، وركز كتَاب الإدارة الاهتمام على مشاكل المستهلك ، ونتيجة لما سبق ، صدرت قوانين جديدة في مجال صناعة الأغذية والأدوية وفي مجالات أخرى .

٣- مرحلة بلورة حقوق المستهلك :

بدأت هذه المرحلة عام (١٩٦٠) وما زالت مستمرة حتى الوقت الحاضر ، في هذه المرحلة وصلت حركة حماية المستهلك إلى ذروتها ، واتصفت هذه المرحلة بتحرك المستهلك في عدة مجالات ، ووضعت عدة قوانين تتعلق بتغليف السلع ، معايير الأدوية والأطعمة ، سلامة السلع وصلاحيتها ، ومصداقية الترويج ، بل وأكثر من هذا ، فقد أصبح الجمهور على معرفة بهوية

---

(١) William .G.Nickels , Marketing communication and promotion pp481-488
والحجار ، حماية المستهلك ، ص٢٧.

حركة حماية المستهلك[١] ، وللأسباب السابقة سميت هذه الفترة بمرحلة بلـــورة حقوق المستهلك.

ولعل أهم ما يميز هذه المرحلة ، الرسالة الخاصة التي بعثهـــا الـــرئيس الأمريكي جون كيندي إلى أعضاء الكونجرس الأمريكـــي فـــي ١٥ آذار عـــام (١٩٦٢م) وأعلن فيها أنه يجب وضع قوانين إضافية كي تـــستطيع الحكومـــة الفيدرالية تنفيذ التزاماتها تجاه المستهلكين ، وقد تضمنت هذه الرسالة مجموعة من الحقوق أعلنها الرئيس الأمريكي ، وهذه الحقوق هي[٢] :

١-حق الأمان(the Right to saftey) ، والمقصود به أن تحمي المستهلك من أخطار تسويق السلع التي فيها خطر على حياة المستهلك أو صحته، وبالتالي لا بد من سن قوانين تتعلق بالأطعمة والأدوية ، ومواد التجميل ، والسلع الأخرى التي لها علاقة بصحة ورفاهية المستهلك ، وبذلك نـــوفر له الحماية ضد الأخطار الناتجة عن استخدام أو استهلاك سلعة معينة .

٢-حق الحصول على معلومات كافية عن المنتجات التي يـــتم اســـتهلاكها واســـتخدامها (The Right to be Informed) ،فتـــوفير المعلومـــات

---

(١) جمعية حماية المستهلك ، ص١٨ ، بتصرف ، والحجار ، حماية المستهلك ، ص٢٨
William Lazer, &James P. Culley , Marketing Mangement , Foundations and –Practices , pp 75 – 79

(٢) Philip Kotler , Marketing Management analysis , Planning and control , pp120 – 121 , James carman & Kenneth . Marketing – Principles and methods , pp 125 – 136.

والنبر ، دور الإعلانات التجارية التلفازية في حماية المستهلك ص٣١ ، عبد الهادي ، إدارة المبيعات وحماية المستهلك ص١٩٩-٢٠٠.

للمستهلك يعمل على حمايته من الغش والاستغلال ، كذلك يجب حماية المستهلك من المعلومات المضللة ، والإعلانات غير الصحيحة ، والممارسات الأخرى ، ويجب أن توفر للمستهلك جميع البيانات الدقيقة التي يحتاجها ليختار البديل السليم .

ومن الأمثلة التي يمكن أن تتاح فيها المعلومات الكافية للمستهلك في هذا المجال (١) :

أ- وضوح الأسعار ، والتركيز على ناحية تثبيت السعر ، وكتابته بوضوح على السلعة المعروضة للبيع لتساعد المستهلك على اتخاذ قراره بشكل سليم .

ب-تاريخ صلاحية السلعة ، والتاريخ الذي بعده تعتبر غير ذات قيمة استعماليه " تاريخ الانتهاء للسلعة " ، ويجب أن يثبت هذا التاريخ بوضوح على السلعة

ج- المحتويات أو المركبات الداخلة في تركيب السلعة ، يجب أن تثبت بوضوح على السلعة ، فقد يكون في الأسواق سلع تحتوي على مواد محرمة في أديان معينة ومع ذلك فهي متداولة من قبل الجمهور ، وذلك بسبب عدم ذكر محتوياتها بشكل مفهوم لدى الناس.

---

(١) الحجار ، حماية المستهلك ،ص٢٩ – ٣٠ ، والنبر ، دور الإعلانات التجارية التلفازية في حماية المستهلك ص٢٦-٢٧ .

د- توفير إعلانات تعطي معلومات صادقة وكافية عن السلع :

لا بد أن يكون الإعلان صادقاً ، وألا يحتوي على أي نوع من التضليل والخداع للمستهلك وأن يوفر معلومات كافية عن السلع المعلن عنها حتى يحقق للمستهلك الاستفادة من هذه المعلومات في اتخاذ قرار الشراء السليم[١] .

هـ بيان كيفية استخدام المنتج أو استعمالاته ؛ وبيان الآثار الجانبية لبعض السلع ، وذكر الأخطار التي يمكن أن تتسبب في حالة سوء استخدام أو الجهل باستعمال السلعة وكيفية مواجهتها .

ز- ذكر أسلوب حفظ أو تخزين السلعة[٢] .

٣-حق الاختيار (The Right to choose) : فمن حق المستهلك أن تتاح له فرصة الاختيار من بين السلع التي يرغب في استهلاكها .

وبالتالي إذا توفر للمستهلك حق الاختيار من بين السلع ، فإنه يحصل على أقصى إشباع لقاء ما ينفقه من دخله .

ومن الجدير بالذكر ، أنه إذا انعدم حق الاختيار فإن السوق تسوده حالة من الاحتكار من قبل البائعين [١] ، والنتيجة الطبيعية لذلك هي أن يصبح البائع في وضع يجعله يملي شروطه على المستهلكين .

---

(١) النبر ، دور الإعلانات التجارية التلفازية في حماية المستهلك ، ص٢٦ وعبد الهادي ، إدارة المبيعات وحماية المستهلك ، ص١٩٨ .

(٢) عبد الهادي ، إدارة المبيعات وحماية المستهلك ، ص١٩٨ .

٤- حق سماع رأي المستهلكين (The Right to beheard) : (حق التمثيـل والمشاركة) :

إن المقصود بهذا ؛ أن يكون هناك طريق منظم يتم من خلالـه معالجـة مشاكل المستهلكين ، ويتم على شكل منـشورات متخصـصة أو علـى شـكل اتحادات أو على شكل تنظيمات تهتم بمشاكل المستهلكين والبحث عن حلول لها.

ومن أمثلة ذلك : " لجنة حماية المستهلك من أخطار المنتجات " ؛ وهـي هيئة خاصة أنشئت في عواصم مختلفة للدول المتقدمة ، وتقوم هذه الهيئة بحصر الأخطار المختلفة التي قد يتعرض لها المستهلك ومحاولة وضع حلول لها .

وبعد ذلك بعث الرئيس جونسون عام (١٩٦٤م) والرئيس نيكسون عـام (١٩٦٩م) برسائل حماية المستهلك لأعضاء الكونجرس الأمريكي يؤكدان فيها مرة أخرى على ضرورة التأكيد على حقوق المستهلك [٣] وحمايته .

وخلال عام (١٩٧٠م) وعام (١٩٧١م) قامت ماري جونز بالتعاون مع رالـف نادر وآخرون [٤] ، بتوسيع منطقة حقوق المـستهلكين حتـى أصـبحت لـدينا

---

(١) Reed Moyer & Michael D.Macro Marketing.pp167-178 .

(٢) Arch W. Troelstrup, The consumer In American society pp28-30 .

والحجار ، حماية المستهلك ، ص٣٢٠.

(٣) Douglas J.Dalrymple ,& Leonard J.Parsons, Marketing Management- Text and Cases.pp14-15

والمنظمة العربية للمواصفات والمقاييس ، جمعية حماية المستهلك ، ص١٥ والحجار ، حماية المستهلك ، ص٣١ ، النظرية العامة في الحماية الجنائية للمستهلك ، ص١٨.

مجموعة كاملة من حقوق المستهلكين تصل إلى عشر حقوق ، أربعـة حقـوق ذكرت سابقاً ، وستة حقوق أخرى هي :

١- أن يحصل المستهلك على سلع تمتاز بجودة في التصميم ودقة في الأداء .

٢- أن يدفع المستهلك أسعاراً عادلة ثمناً للسلع والخدمات الاستهلاكية .

٣-أن يحصل المستهلك على الاحترام والمعاملة الطيبة من مؤسسات الأعمال .

٤- أن لا تكون لسلع وخدمات المستهلك أية آثار بيئية ضارة .

٥- أن تتعامل مؤسسات الأعمال بسلع وخدمات تتفق مع عادات وقيم المجتمع .

٦- أن يسمح للمستهلك بتقديم الشكاوي المنطقيـة التـي لهـا علاقـة بالـسلع والخدمات التي يشتريها المستهلك [١] .

ووفقاً لقرار الجمعية العامة للأمـم المتحـدة رقـم ٣٩ / ٣٤٨ ، فـإن للمستهلك ثمانية حقوق أساسية تراعي فيها حمايته في إطار المنظومة العالميـة من المنتجات وعمليات الإنتاج والخدمات التي تؤدي إلى مخاطر على صـحته وحياته **وتشمل تلك الحقوق ما يلي** [٢] :

١- حق الأمان .

٢- حق الحصول على المعلومات .

---

(١) الحجار ، حماية المستهلك ، ص٣١ .

(٢) المنظمة العربية للتنمية الزراعية ، دراسة نظم الرقابة على الأغذية لحماية المستهلك في الوطن العربي ، ص٢٥-٢٨ .

٣- حق الاختيار .

٤- حق التمثيل والمشاركة .وقد سبق بيان هذه الحقوق قبل قليل .

٥- حق تأمين الاحتياجات الأساسية :

وتشمل هذه الاحتياجات المأكل والملبس والمسكن ، والصحة والتعليم ، والسلع والخدمات الضرورية الأخرى .

ولتأمين هذا الحق طالبت الجمعية العمومية للأمم المتحدة الحكومات بتحقيق مجموعة من الإجراءات التي تشمل :

أ- تحقيق العدالة وتكافؤ الفرص والمساواة واتباع سياسات اقتصادية وبرامج اجتماعية تصويبيه هادفة .

ب- اعتماد قواعد صحية وضوابط آمنة بالنسبة للسلع الغذائية ، والعمل على مراقبتها والتفتيش عليها وفحصها دورياً بآليات فعالة .

جـ - تطوير جودة الأدوية واعتماد القواعد الدولية لذلك بما يساعد على استعمالها عن طريق التوعية والتحذير .

٦- حق التعويض :

ويضمن هذا الحق للمستهلك حصوله على التعويض العادل في حالة تضرره من السلع والخدمات التي حصل عليها ، وتم ذلك خلال :

أ- العمل على توفير جهات تعني بالمستهلك يستطيع من خلالها الدفاع عن نفسه وعن حقوقه في حالة حصول الضرر ، على أن تكون تكلفة إتاحة تلك الخدمات في الحدود الدنيا .

ب- قيام الشركات المنتجة للسلعة بتقديم الحلول للمشاكل التي تنتج عنها أضرار للمستهلك بطريقة عادلة وتوفر الجهد والوقت .

جـ- قيام الشركات المنتجة بتقديم بعض الخدمات التطوعية بما يعزز إمكانيات التوعية والنصيحة تجاه تساؤلات المستهلكين .

٧- **حق التثقيف :**

ويؤكد هذا الحق حصول الفرد على الثقافة المتعلقة بحمايته كمستهلك بغية مساعدته في الاختيار الأمثل للسلع والخدمات المتنوعة وبما يتناسب مع إمكاناته المادية ، ويتم ذلك من خلال .

أ- التوعية من خلال المؤسسات التعليمية .

ب- تقديم البرامج الثقافية التي تستهدف محدودي الدخل .

جـ- تنظيم وإقامة برامج تثقيفية ودورات تدريبية من خلال المختصين ووسائل الإعلام وغيرها .

د- دعوة الشركات المنتجة للمشاركة في برامج التوعية والتثقيف الخاصة بالمستهلك .

٨- **حق العيش في بيئة صحيحة :**

ويكفل هذا الحق للمستهلك العيش والعمل في محيط يضمن له بيئة خالية من التلوث ، وذلك من خلال :

أ- العمل على إيجاد وسن التشريعات الملزمة للحفاظ على البيئة خاصة ما يتصل بتخزين ونقل المواد الخطرة والسامة .

ب- إلزام المصنعين والمنتجين باتباع نظام الملصقات التحذيرية التي تبين مدى خطورة المنتج و كيفية التصرف في حالة التعرض للأخطار .

وقامت غالبية الدول المتقدمة بسن قوانين هدفها الوصل إلى حقوق المستهلك سابقة الذكر [١] .

المبحث الخامس : أهداف حركة حماية المستهلك ومجالاتها :

المطلب الأول : أهداف حركة حماية المستهلك .

هنالك عدة أهداف لحركة حماية المستهلك ، وهذه الأهداف تختلف تبعاً لاختلاف تنظيمات المستهلكين ، وهناك ثلاثة أهداف أساسية لحركة حماية المستهلك ، مهما اختلفت تنظيمات المستهلكين ، وهي[٢] :

١- توعية وتثقيف المستهلك ، فالمستهلكين يجب أن يحصلوا على المعلومات اللازمة والكافية ليستطيعوا اتخاذ القرار السليم .

وهذه المعلومات تجيب عن الاستفسارات التالية :-

---

(١) الحجار ، حماية المستهلك ، ص٣١ .

(٢) الحجار ، حماية المستهلك دراسة تحليلية للواقع الأردني ، ص٣١-٣٣ وانظر :

. C.Glenn Walters, consumer Behavior – theory and practice pp426-446.

أ- متى ومن أين يشتري المستهلك ؟

ب- كيف يقرر المستهلك نوعية ومدى جودة المنتجات ؟

جـ- متى يقارن المستهلك بين السلع ، ومتى لا يفعل ذلك ؟

د- كيف يقارن المستهلك بين الأسعار ؟

هـ- كيف يستفيد المستهلك من التنزيلات الحقيقية ؟

وكذلك يجب تزويد المستهلك بمعلومات ذات نوعية أخرى ، معلومات تتضمن أسماء موزعي البضائع المتعاونين والملتزمين بالأسعار ، وكذلك أسماء الموزعين الذين عليهم ادانات ، أو يُشك بأنهم يستغلون المستهلكين . فمن المعروف أن توفير المعلومات يعني اتخاذ قرارات أفضل .

٢- الوصول بالمستهلك إلى مرحلة الحماية الذاتية ، أي نصل إلى مرحلة يستطيع فيها المستهلك أن يحمي نفسه حماية ذاتية ، والحماية الذاتية تأخذ شكلين :-

أ- أن يحاول المستهلك بتوجيه من بعض الوكالات التي تهتم بقضايا المستهلك أن يفعل الصواب ، فقد يرفض الشراء من بعض المتاجر أو قد يرفض شراء بعض أنواع السلع ، والمستهلك يفعل ذلك لتحقيق مصالح خاصة به .

ب- تنظيمات المستهلك (Consume organizations) أيضاً يسعى لتحقيق حماية المستهلك الذاتية من خلال دعم التنظيمات الخاصة بالمستهلكين لقوانين معينة تؤثر على المستهلكين .

٣- قبول مؤسسات الأعمال للمسؤولية الملقاة على عاتقها تجاه المستهلكين .

فتنظيمات المستهلك من خلال التصرف المباشر والتوعية والتثقيف ، تسعى إلى جعل مؤسسات الأعمال تقبل طوعاً تحمل المسؤولية تجاه المستهلكين والمجتمع ، وبالتالي تصل إلى مرحلة يكون فيها من أهداف مؤسسات الأعمال – بالإضافة لتعظيم الأرباح – تحمل المسؤولية الاجتماعية ، والمحافظة على البيئة ومراعاة حقوق المستهلكين .

المطلب الثاني : مجالات حماية المستهلك [١] :

تحددت مجالات حماية المستهلك من خلال المنهج التسويقي الذي تقدمه المؤسسات للمستهلك ، وهذه المجالات هي :-

أولا : المُنْتَج :

ويمكن حماية المستهلك في هذا المجال من خلال عدة أمور هي :-

أ- مراعاة الشروط الصحية والمواصفات الفنية الواجب توفرها في الإنتاج والتخزين للسلع .

ب- أن يعرف المستهلك بما في المنتج من محتويات ومكونات وكيف تم تحضير هذا المنتج وكيف يحفظ .

---

(١) المنظمة العربية للتنمية الزراعية ، دراسة نظم الرقابة على الأغذية لحماية المستهلك في الوطن العربي ، ص١٤-١٥ ، بتصرف ، وسليمان ، سلوك المستهلك بين النظرية والتطبيق مع التركيز على السوق السعودية ، ص٤٦٧ بتصرف .

جـ- بيان فترة الصلاحية وذلك بتحديدها بتاريخ الإنتاج للسلعة وتاريخ الانتهاء لها ، مع بيان شروط التخزين لها .

د- بيان كيف يتعامل مع العبوة وذلك حفاظاً على حماية البيئة .

ثانيا : الأسعار :

إن عدم المغالاة في الأسعار واحد من متطلبات حماية المستهلك ، ويعتبر تحديد السعر للسلعة مع هامش الربح المعقول هو أحد الضوابط التي تساعد على استقرار الأسواق وكسب ثقة المستهلك .

لأن من ميز في السعر عند البيع بين مستهلك وآخر دون وجه حق ، أو أنه منح المشترين خصومات عشوائية على غير أساس واضح ، أو لم يوفر للمشترين كميات كافية من السلع بعد تخفيض سعرها ، يكون قد زود الأسواق باضطرابات ، وحقق للمستهلك عدم الاستقرار ، وسلب منه الحماية المطلوبة التي تريحه وتمنحه الاطمئنان والرضا .

ثالثا : الترويج :

إن الترويج للسلع يلزمه تحري الصدق سواء كان ذلك في الإعلان أو البيع الشخصي ويتحقق ذلك في عدة أمور منها :

أ- أن لا يبالغ المعلن أو البائع في وصف خصائص السلعة أو الخدمات المرتبطة بها ، إذ المبالغة قد تجعل من لا يريد الشراء من المستهلكين يقدم على

شراء هذه السلعة لمجرد ما جاء في الوصف أو الإعلان ، ودون معرفــة منــه لحقيقتها أو لماهيتها .

ب- عدم الإعلان عن مسابقات وهمية .

جـ- عدم الإعلان عن تخفيضات وهمية في الأسعار .

د- أن لا يستخف المعلن أو البائع بالمستهلك ، فيستغله ويضلل به .

ولذا ؛ فمن أراد أن يروج لسلعة معينة لا بد له وأن يحافظ علــى مــن يريــد شراءها منه وبذلك يمنحه الحماية وبالتالي يحقق له الطمأنينة والاستقرار .

رابعا : التوزيع :

تتحقق حماية المستهلك في هذا المجال من خلال تحقيــق العدالــة فــي التوزيع مع مراعاة الظروف والعوامل الاقتصادية المختلفة بين كــل قطاعــات المستهلكين بدون تمييز بين قطاع وآخر.

ومن مظاهر عدم العدل في التوزيع ما يلي :-

أ- دخول الشركة المنتجة في منافسة سعرية مع موزعيها ووسطائها وفي نفــس الأسواق .

ب- احتكار التوزيع في السوق والقضاء على المنافسين .

جـ- عدم السماح للوسطاء بشراء السلع الرائجة إلا إذا اشتروا معها سلعاً بطيئة التصريف أو غير رائجة .

د- التفرقة بين الوسطاء على غير أساس واضح .

وعلى هذا ؛ فلا يشعر المستهلك بالعدالة والاستقرار إلا إذا تحققــت لــه الحماية الكاملة في كل مجال من هذه المجالات السابقة ، وهذا يتطلب أن يكون التاجر أو الموزع أو المروج صادقاً ومتحليــاً بــأخلاق الإســلام ، وتعاليمــه ومتطلباته ؛ وذلك للحصول على استقرار واطمئنان في العملية التجارية .

الفصل الثاني

التدابير الاحترازية لحماية المستهلك في الفقه الاسلامي مقارناً بالقانون الوضعي

وفيه ثلاثة مباحث:

المبحث الأول : التدابير الاحترازية لحماية المستهلك قبل إبرام العقد .

المبحث الثاني : التدابير الاحترازية لحماية المستهلك عند إبرام العقد .

المبحث الثالث : التدابير الاحترازية لحماية المستهلك بعد إبرام العقد .

الفصل الثاني

التدابير الاحترازية لحماية المستهلك في الفقه الإسلامي مقارناً بالقانون الوضعي

تأخذ التدابير الاحترازية لحماية المستهلك في مرحلتي الانتاج والتسويق في الفقه الاسلامي صوراً بيانها فيما يلي :-

المبحث الأول : التدابير الاحترازية لحماية المستهلك في مرحلتي الانتاج والتسويق قبل إبرام العقد مع المستهلك .

تتمثل التدابير الاحترازية في هذه الصورة ببيان ما يكون من إجراءات متخذة لأجل حماية المستهلك في مرحلتي الإنتاج والتسويق قبل إبرام العقد مع المستهلك؛ وبيانها فيما يلي : -

المطلب الأول : التدابير الاحترازية لحماية المستهلك في مرحلة الإنتاج .

لبيان التدابير الاحترازية لحماية المستهلك في هذه المرحلة سأبين – ان شاء الله – ما المقصود بالإنتاج وصوره ؟ والمنتَج ؟ وضوابطه وأساليب تقييم المنتجات في الاسلام ، ثم سأبين ما ذكره الفقهاء من مواصفات وشروط يجب توافرها في مختلف الصناعات والخدمات التي هي بمثابة التدابير الاحترازية لحماية المستهلك في مرحلة الانتاج .

أولا : المقصود بالإنتاج وصوره

يقصد بالإنتاج : كل عملية يقوم بها الإنسان ويترتب عليها حدوث منفعة اقتصادية جديدة في ثروة ما عن غيرطريق استبدالها بثروة أخرى، فحدوث المنفعة عن

الاستبدال لا يسمى إنتاجا[١] ، للاحتراز من البيوع مثلاً ، ويعرف الانتاج ايـضا بأنه : عملية ايجاد السلع والخدمات سواء كانت انتاجية أو استهلاكية [٢].

والانتاج هو الوسيلة التي يحصل بها المجتمع على الخدمات والسلع اللازمة لإشباع حاجاته ورغباته، سواء أكان هذا الإشباع بطريقة مباشرة أم بطريقة غير مباشرة [٣] . **ومن صور الإنتاج ما يلي** [٤]:

١) استخلاص الثروة من موطنها الأصلي ، وتحويلها من ثروة لا تصلح للاستعمال ولا لإشباع الحاجة إلى ثروة تصلح للاستعمال وإشباع الحاجة ، فتهيئة صوف الحيوانات واستخراج المعادن من المناجم ، وإعداد الشراب والزيوت كله إنتاج ، لأنها عمليات تحدث في الأشياء التي يجري فيها منفعة اقتصادية جديدة ليست موجودة من قبل ، ويجعلها صالحة لسد الحاجة .

٢) إخضاع الثروة لمؤثرات جديدة تختلف عن المؤثرات التي كانت خاضعة لها من قبل في حالتها الأولى ، وتحويلها من حالة لا تصلح فيها لسد الحاجة إلى حالة تصلح لسدها ، مثل استخدام الطاقة الشمسية في حاجة الناس .

٣) حسن استعمال على الثروات ، والحفاظ عليها ، والعمل على الانتفاع بها في

---

(1) وافي ، علي عبد الواحد ، الاقتصاد السياسي وتحقيق مسائله في ضوء علم الاجتماع ، مطبعة دار النهضة ، مصر بالقاهرة، ط٦،ص٢٧ ، ٧٤

(2) أحمد جامع ، النظرية الاقتصادية ،ص١/٣٠ ، وخليل سري ، أصول الاقتصاد ، ص٦ .

(3) عفر ، محمد عبد المنعم ، الاقتصاد الإسلامي ، ج: ٣ (الاقتصاد الجزئي) مطبعة دار البيان العربي ، جده ، ط١، سنة ١٤٠٥هـ - ١٩٨٥ ، ص٤١.

(4) البدوي ، إسماعيل إبراهيم ، عناصر الإنتاج في الاقتصاد الإسلامي والاقتصاد الوضعي ، جامعة الكويت ، لجنة التأليف والتعريب والنشر، ١٤٢٣هـ - ٢٠٠٢ م ،ص٦٣ -٦٥ ، وانظر وافي ، الاقتصاد السـياسي،ص ٧٤-٧٦ .

زمن لاحق ، مثل حفظ اللحوم والأسماك وتجفيف الفواكه وحفظها، فعمليات الحفظ والتجفيف هذه تجعل الثروات قابلة للانتفاع بها في المستقبل ، ولو بقيت على حالتها الأولى لفسدت ولا تصلح لهذا الانتفاع .

٤) نقل الثروات من مكان تزيد فيه حاجة الناس اليه إلى مكان آخر يحتاج إليها فيه ، مثل نقل كميات القمح والشعير التي تزيد عن حاجة المستهلكين في أحد الأماكن إلى مكان آخر يحتاجها الناس فيه، فهذا النقل يحدث منفعة اقتصادية جديدة للكميات الزائدة في الأماكن الجديدة ، بعد أن كانت عارية عن المنفعة في المكان الأول .

٥) تجميع الثروات والتأليف بين أنواعها تأليفاً يزيد كميتها ، أو دمجها وإخراج ثروات جديدة وجعلها صالحة لسد حاجة لا يمكن أن تسدها وهي متفرقة ، مثل الصناعات وخلط المواد بعضها بعضا لصنع شراب أو دواء. فالصناعة تؤلف بين المواد المختلفة بمقادير محددة، وفي درجة حرارة معينة، حتى تخرج منها ثروة تصلح لحاجة الناس لم تكن موجودة من قبل.

٦) تحويل الثروة من حالة لا تصلح فيها للاستعمال إلى حالة أخرى تصلح فيها للاستعمال، مثل تحويل المياه العادمة الى مياه نقية بعد التنقية لسقي المزروعات .

ثانياً : المقصود بالمُنتَج .

يقصد بالمنتج :" تلك الأشياء التي يمكن تقديمها للسوق سواء بجذب الاهتمـــام أو الاستخدام أو الاستهلاك ، وسواء أكانت أشياء شخصية أو أماكن أو أفكـــار "، أو بعبارة أخرى هو :" مجموعة من المواصفات مجتمعة يــؤدي اســتخدامها إلـــى الحصول على منافع معينة ، تؤدي إلى إشباع حاجـــات ورغبـــات معينـــة لـــدى المستهلكين سواء أكانت أشياء مادية أو خدمات أو أشياء شخـــصية أو أمـــاكن أو أفكار " [١] .

وينظر إلى المنتَج من ثلاثة أبعاد هي [٢] :-

- الجوهر ؛ المنافع الأساسية التي يستهدفها المستهلك من الشراء .

- المنتج الفعلي ؛ السمات الخاصة بالمنتج الفعلي من حيـــث الجـــودة والـــسمات المميزة له . والعلامة والغلاف، وكل ما يلعب دوراً رئيساً في نقل جوهر الـــسلعة للمستهلك .

- المنتج المدعِم ، ويشير إلى جوهر المنتَج وحقيقة إضافتة لمجموعـــة الخـــدمات والمزايا المقترنة به .

بهذه الأبعاد يمثل المنتَج مفهوماً يتجاوز حدود تلك المجموعة المحـــسوسة من الخصائص ، حيث يتضمن خصائص محسوسة ، وأخرى غيـــر محـــسوسة، ويمثل مصدراً أساسياً ليس فقط للإشباع المادي، بل لكثير من الإشباعات المعنوية

---

(1) جبر وطلعت ، التسويق ، ص٢٣٨، وطلعت ، التسويق الفعال ، ص٣١٠،٣١١

(2) عقوب ، التسويق في الاقتصاد الإسلامي ، ص٧٨

اللارمزية التي يسعى إليها المستهلكون[١].

ثالثا : ضوابط المنتج وأساليب تقييمه في الاسلام .

يقوم تقييم السلع في الدراسات الإسلامية على أساس أحكام الشريعة الإسلامية وقيمها ، وفي مقدمة تلك الأحكام والقيم التي جاءت بها الشريعة أنها تحل الطيبات وتحرم الخبائث ، قال الله تعالى في كتابه العزيز : " ٱلَّذِينَ يَتَّبِعُونَ ٱلرَّسُولَ ٱلنَّبِيَّ ٱلْأُمِّيَّ ٱلَّذِي يَجِدُونَهُۥ مَكْتُوبًا عِندَهُمْ فِي ٱلتَّوْرَىٰةِ وَٱلْإِنجِيلِ يَأْمُرُهُم بِٱلْمَعْرُوفِ وَيَنْهَىٰهُمْ عَنِ ٱلْمُنكَرِ وَيُحِلُّ لَهُمُ ٱلطَّيِّبَٰتِ وَيُحَرِّمُ عَلَيْهِمُ ٱلْخَبَٰٓئِثَ " [٢] ، وهذه الآية أصل في تقييم السلع إلى طيبات وخبائث .

ويطلق الطيب على معنيين : أحدهما : ما يلائم النفس ويلذها والثاني : ما أحل الله، والطيبات التي أباحها الله : هي المطاعم النافعة للعقول و الأخلاق .

والخبائث : ضد الطيبات [٣] ، وهي الضارة بالعقول والأخلاق، وقد سميت الخمر أم الخبائث لأنها تفسد العقول والأخلاق .

ومن خلال هذا التصنيف تلقي الشريعة الإسلامية بظلالها على الاقتصاد برمته ، فقد حددت الشريعة كل ما هو طيب مباح، وكل ما هو خبيث محرم ، ورسمت المعالم الرئيسة لذلك .

---

[1] توفيق و معلا ، أصول التسويق، ص١٤٢ – ١٤٤ ، بتصرف .

[2] سورة الأعراف ، آية ١٥٧ .

[3] ابن العربي، محمد عبد الله، أحكام القرآن، تحقيق علي البجاوي، دار المعرفة، بيروت د ط ، ١٤٠٧هـ – ١٩٨٧م ، ٢ / ٥٤٦ .

ويذهب بعض الاقتصاديين إلى أن مفهوم السلع في الإسلام يعني الطيبات فقــط، وأن مصطلح السلعة في الفكر الاقتصادي المعاصر(Good) تترجم بالعربية إلـــى طيبات ، فالإسلام له السبق في إضفاء البعد الأخلاقي على السلع، والإســـلام لا يعتبر الخبائث من قبيل الرزق أو الطيبات ، ولما حرم الله الخمر بقر المــسلمون قِرب الخمر وصبوها في الشوارع ، فلم تعد تطلب ، ولم تعد سلعة لخبثها (١) .

وسأقوم بإذن الله ببيان مفهوم السلعة الطيبة والخبيثة في الفقه الإسلامي باعتبارها الركيزة الأساسية ، والتي من خلالها تحصل الاضرار بالمــستهلك ، وبإظهارهـــا نوفر الحماية المطلوبة له .

السلعة الطيبة :

السلعة الطيبة إما أن تكون سلعا استهلاكية أو إنتاجية : فالاستهلاكية هـــي التـــي ينتفع بها المستهلك انتفاعاً مباشراً كالطعام والشراب واللباس ، قـــال تعـــالى : " يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ كُلُواْ مِن طَيِّبَٰتِ مَا رَزَقۡنَٰكُمۡ " (٢) وقـــــــال تعـــــــالى : " قُلۡ مَنۡ حَرَّمَ زِينَةَ ٱللَّهِ ٱلَّتِيٓ أَخۡرَجَ لِعِبَادِهِۦ وَٱلطَّيِّبَٰتِ مِنَ ٱلرِّزۡقِۚ " (٣).

وهذه كلها طيبات ينتفع بها مباشرة فهي طيبات استهلاكية .

وقد تكون السلع الطيبة إنتاجية تنتج الطيبات ، كما في قوله تعالى: " وَٱلۡبَلَدُ

---

(1) النجار، عبد الهادي، السلع في الإسلام تعني الطيبات لا الخبائث، مجلة الاقتصاد الإسلامي، عدد ٣١ ص٥٩ .

(2) سورة البقرة، آية ١٧٢ .

(3) سورة الأعراف ، آية ٣٢.

ٱلطَّيِّبُ يَخْرُجُ نَبَاتُهُۥ بِإِذْنِ رَبِّهِۦ وَٱلَّذِى خَبُثَ لَا يَخْرُجُ إِلَّا نَكِدًا "[١] ، فالأرض الكريمة التربة يخرج النبات منها وافياً حسناً غزير النفع بمشيئة الله وتيسيره ، والأرض إذا كانت خبيثة التربة فلا تخرج إلا نكداً، أي نبتاً قليلاً عديم النفع [٢].

ومفهوم الطيبات ليس محصوراً في السلع المادية (البضائع) ، حيث يشمل الخدمات وسائر أساليب الكسب المشروع .

والسلع الطيبة قد تكون سلعا حرة أو سلعا اقتصادية ، قال تعالى : " فَلَمْ تَجِدُوا۟ مَآءً فَتَيَمَّمُوا۟ صَعِيدًا طَيِّبًا فَٱمْسَحُوا۟ بِوُجُوهِكُمْ وَأَيْدِيكُمْ " [٣] .

فالتراب الطاهر من الطيبات والسلع الحرة ، وقيل في الصعيد : انه كل ما صعد على وجه الأرض فيدخل فيه التراب والرمل والشجر والنبات وهذه كلها سلع حره ولكي تكون السلع طيبة يجب أن تكون حلالاً ، قال تعالى : "يَسْـَٔلُونَكَ مَاذَآ أُحِلَّ لَهُمْ قُلْ أُحِلَّ لَكُمُ ٱلطَّيِّبَٰتُ" [٤]. لذلك فالسلع الطيبة : يطلبها المسلم ، لأنه يحرص على طلب الحلال ، وهذا الشرط ليس شرطاً كافياً (ملازماً)أو مجسداً في ذات السلعة بل هو شرط تابع لشرط الحل [٥].أما السلع الاقتصادية فهي السلع الاستهلاكية مثل : الزيوت التي تؤكل ، أو الانتاجية مثل : خام البلاستيك .

---

[1] سورة الأعراف ، آية ٥٨ .

[2] القاسمي ، محاسن التأويل ، ٣ / ٥٧٦ .

[3] سورة النساء ، آية ٤٣ .

[4] سورة المائدة ، آية ٤ .

[5] غانم ، السلعة الطيبة، ص٣٠ .

السلع الخبيثة :

وهذا النوع من السلع هو الذي أهملته الدراسات الاقتصادية إهمالاً تاماً، وهي السلع الخبيثة المقابلة للطيبة، وهي السلع المحرمة ، وغير محترمة ولا مصانة ولا قيمة لها في نظر المسلم . والشريعة الإسلامية حرمت أنواعا من هذه السلع كالخمر ولحم الخنزير وغيرهما ، كما في قوله تعالى : "

قُل لَّآ أَجِدُ فِي مَآ أُوحِيَ إِلَيَّ مُحَرَّمًا عَلَىٰ طَاعِمٍ يَطْعَمُهُۥٓ إِلَّآ أَن يَكُونَ مَيْتَةً أَوْ دَمًا مَّسْفُوحًا أَوْ لَحْمَ خِنزِيرٍ فَإِنَّهُۥ رِجْسٌ أَوْ فِسْقًا أُهِلَّ لِغَيْرِ ٱللَّهِ بِهِۦ ۚ فَمَنِ ٱضْطُرَّ غَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادٍ فَإِنَّ رَبَّكَ غَفُورٌ رَّحِيمٌ " (١) .

وتطبق الخبائث على الخدمات كانطباق الطيبات عليها، كما يدخلها التبذير، وهو الإنفاق في المحرمات ، ويدخل الإسراف السلع الطيبة لأنه مجاوزة الحد في الاستهلاك (٢).

وبناء على تقسيم السلع إلى طيبات وخبائث فإنه غنيٌ عن القول : أن السلع الطيبة هي التي ينبغي أن تكون محل البحث والدراسة في المبادلات التجارية في الإسلام لأنها السلع التي يجوز إنتاجها إبتداء ، وتوزيعها واستهلاكها .

وأما السلع الخبيثة فلا تدخل ميدان الدراسة لأنها ليست محلاً لطلب المسلم من حيث الأصل، وليست داخله في حساب المُنتِجِ المسلم بأي حال، وبالتالي لا حاجة

---

(1) سورة الأنعام، آية ١٤٥ .

(2) عفر وآخرون، مباديء الاقتصاد الإسلامي، ص١٢-١٣، وانظر فرح ، السلع الاقتصادية، ص٦٧، بتصرف .

لبيان ما يتخذ من تدابير احترازية لحماية المستهلك من هذه السلع .إذ إنها ابتداءً قد نُصَ على حرمة اتخاذها، وبالتالي فهي ليست مجال بحثنا هذا .

وبناء على ما سبق فإن ضوابط المنتجات في المنظور الإسلامي ما يلي[١]:

الضابط الأول : أن تحصر هذه المنتجات في دائرة السلع الطيبة **(الحلال)** : فلا يكون الإنتاج والاستهلاك إلا في هذه الدائرة ؛ لأن الله طيب لا يقبل إلا طيباً كما في صلى الله عليه وسلم : " إن الله طيب لا يقبل إلا طيباً .. " [٢]، وهذا يؤذن بأن العملية الإنتاجية لا بد أن تُمحى منها الخبائث ، ولا يُقِدم أحد على إنتاجها .

الضابط الثاني : التزام الأولوية في الإنتاج ، فيجب أن يكون أولويــة المنتجــات هدفه تحقيق مقاصد الشريعة، ومراعاة ظروف المجتمع وأحوالــه ، بمــا يحقــق المصلحة .

والالتزام بهذه الأولوية له أهمية كبيرة، لأن ترك الحرية المطلقة لآلية الــسوق – في ظل عدم وجود ضوابط شرعية للمنافسة – سيؤدي إلى الحاق أضرار كبيــرة بالناس ، فالاستخدام غير العادل للمواد سيؤدي الى عدم تلبية الحاجات الأساســية للفقراء ،وسيتمكن المنتجون من تحويل الموارد النادرة إلى إشباع رغباتهم الخاصة وبالتالي سيحصل تفاوت كبير في الدخل والثروة لأجيال . [٣] وبالتالي فإن التــزام الأولوية في تحديد المنتجات له أهمية كبيرة في استقرار المجتمع وتطورة وبالتالي

---

[1] عقوب، التسويق في الاقتصاد الإسلامي ص١٠١-١٠٢

[2] مسلم ، صحيح مسلم ، كتاب الزكاة ، باب قبول الصدقة من الكسب الطيب، ح : ١٠١٥ .

[3] شابرا، الإسلام والتحدي الاقتصادي، ص٧٢-٧٣ ، بتصرف .

توفير الحماية المطلوبة للمستهلك .

الضابط الثالث: أن تكون المنتجات معبرة عن حاجات حقيقية لأفراد المجتمع[١] ، وبذلك يختفي الإنتاج الترفي أو التفاخري ، وهنا نلاحظ بوضوح ذلك التكامل بين عمليتي الإنتاج والاستهلاك في النظام الإسلامي ، مما يهيئ البيئة التسويقية تماماً أمام طرفي العملية التجارية ، وبالتالي يعرف المنتج ما ينتجه ، وما يطلبه المستهلك ويلبي حاجاته ، ويعرف المستهلك أن السلع المنتجة مناسبة لاحتياجاته ومتطلباته ، وبالتالي تتحقق له الحماية الحقيقية التي من خلالها يصل إلى الاطمئنان والاستقرار في حياته وتبادلاته التجارية .

وبعد بيان الانتاج وصوره والمنتج وأقسامه وضوابطه ، سألقي الضوء على صور تطبيق للمواصفات التي رأى الفقهاء[٢] وجوب توافرها في الصناعات والخدمات (المنتجات) حسب الظروف الزمانية والمكانية للعصور السابقة ، والتي نفهم من خلالها مقاصد التشريع في التدابير الوقائية الواجب اتباعها في مرحلة الانتاج :

أولاً : ففي مجال الصناعات الكيماوية :

لما كانت الصناعات الكيماوية ذات أثر بالغ في حياة الناس فهي تدخل في العقاقير الطبية ، فإذا لم تكن مستكملة للمواصفات النوعية ألحقت ضررا نوعيا بمن يتناولها، فالعقاقير والأشربة مختلفة الطبائع، والأمزجة والتركيب والخواص، فمنها ما يصلح لمرض دون آخر ، فإذا ما أضيف إليه غيره أو كان على غير

---

(1) عقوب ، التسويق في الاقتصاد الإسلامي، ص١٠٢.

(2) الهميم ، الدولة ووظيفتها الاقتصادية، ص٣٩١-٤٠٣.

مواصفاته أخرجها عن مزاجها وطبيعتها ، فتكون مصدر ضرر على المريض[١] ومن هنا فإنه يجب على المحتسب أن يخوَف الصيادلة ويعظهم وينذرهم العقوبة بالتعزيز، ويفتش على عقاقيرهم مرةً في كل اسبوع، ومن وجده غاشاً عاقبه واظهر عقوبته على الناس ليرتدع المفسدون [٢] . وقد عرض الفقهاء لعدد كبير من أنواع المخالفات للمواصفات في العقاقير الطبية، فذكروا أن منها غشهم في الأفيون المصري [٣] – حيث يستعمل استثناءً للعلاج – ،من خلال مزجه وخلطه بشياف [٤] وماميتا [٥] ، أو بالصمغ أو بعصارة الخس ونحو ذلك ، وطريقة كشف زيفه من خلال إذابته في الماء ، فإذا ظهرت له رائحة كرائحة الزعفران كان مغشوشاً بالماميتا ، وإن كانت رائحته خفيفة ، وكان خشناً فهو مغشوش بعصارة الخس ،وقد يغشون الراوندي بنبات يقال له راوندي الدواب [٦]، ويكشف غشه أن الراوندي الجيد هو الأحمر الذي لا رائحة له ويكون خفيفاً ، وإذا أذيب في الماء في لونه صفرة، وما خالف هذه الصفة كان مغشوشاً .

---

(1) المرجع السابق ، ص٣٩١.

(2) الشيزري، نهاية الرتبة،ص٤٣، وابن بسام ، نهاية الرتبة، ص٨٥، ابن الأخوة، معالم القربة، ص١٦٤.

(3)الأفيون: هو لبن الخشخاش الأسود، وكانت تكثر زراعته في صعيد مصر، ومنها يحمل إلى سائر البلدان، ابن البيطار، المفردات ، طبعة بولاق سنة ١٢٩١هـ، ١/٤٥-٤٦ .

(4) الشياف: نوع من الأدوية يتخذ صلبا لمعالجة أمراض المستقيم أو دواء سائلاً لأمراض العيون، المقريزي، السلوك، لجنة التأليف والترجمة والنشر، بالقاهرة ١٩٣٤م ، ١/٩٩٩، حاشية ٣.

(5) الماميتا:نبات قليل الارتفاع مر الطعم،وورقه شبيه بورق الخشخاش وزهره يميل إلى الزهرة،ابن البيطار المفردات ، ٤/١٢٤-١٢٥ .

(6) الرواند: ساق نبات إذا استخرج من الأرض وهو رطب يتشقق قطعاً ويميل إلى الحمرة وإذا مضغ مال لونه إلى الصفرة وكان يستخدم في معالجة أوجاع الكبد والكلى والمغص وغيرها، وروراندي الدواب : عروق خشبية طويلة وسمي بهذا الاسم ، لأن البياطرة كانوا يستخدمونه في معالجة المواشي ،ابن البيطار ، المفردات، ٢/١٢٩ -١٣١ .

ومن جملة الصناعات الكيماوية هي صناعة العطور، وقد عرض الفقهاء أنواعـــا عديدة منها ، فبينوا خواصها وتركيبها الكيماوي، وبينوا أنواع الغش فيها وأساليبه فعرضوا لأنواع كثيرة من العطور مثل المسك، والعنبر، وماء الورد، والكـــافور، والشادروان ونحوها، ولعل في بيانهم للمسك المغشوش ما يوضح لنا جانبـــاً مـــن تصورهم في احتساب المواصفات وما ينبغي اتخاذه من تدابير احترازية لحمايـــة المستهلك في هذا المنتج .

إذن بين الفقهاء أن أساليب صناعة المغشوش منه إنما تتم من خلال عمل نافجـــة المسك[١] ، من قشور الأملج [٢] ، والشيطرج الهندي[٣] ، ومثلهـــا شـــادروان [٤] ويعجنونه بماء صمغ الصنوبر، ويجعلونه مع كل أربعة دراهم من هـــذا درهـــم مسك، ويحشون به النافجة ويسدون رأسها بالصمغ ثم يجففونها على رأس تنـــور، وسبيل المحتسب في كشف غشها وسائر غشوش النـــوافج، أن يفتحهـــا ويلتثمهـــا كالمتحشي للشيء ، فإن طلع إلى فمه للمسك حدة كالنار فهو المطابق للمواصفات

---

[1] النافجة: وجمعها نوافج، الجلد الذي يجتمع فيه المسك،ابن البيطار، لسان العرب، مادة نفج،٢/٢٨١، والمسك مادة تؤخذ من صوان خاص يوجد بالتبت والهندوالصين، وجزائر جاوه واليابان، وهو إلى جانب فائدته العطرية كان يستخدم في معالجة المصابين بالخفقان، وضعف القلب،ابن سينا،القانون، مطبعة بولاق سنة ١٢٩٤هـ،١/٣٦.

[2] الاملج: شجر ينمو ببعض أقاليم الهند وثمرته تشبه الكمثرى الصغيرة، وكانت تستخدم في العقاقير، النويري ، نهاية الأدب، دار الكتب المصرية، ١٩٢٩م ، ١٢/١١٢ ، وحاشية ٢ .

[3] الشيطرج: نبات هندي ينمو في الحيطان والمقابر، وله رائحة حادة جداً، ابن سينا ، القانون ، ١/ ٤٣٤.

[4] شادروان ، حجر أسود براق، وهو يتكون في تجويفات أصول الأشجار العتيقة مثل الجوز، فإذا قطعت الشجرة وجد في سطحها، النويري، نهاية الأرب ، ١١/٣١٧ ، حاشية.

الذي لا غش فيه ، وإن كان بالضد فهو المغشوش[١].

ومن المواصفات التي احتسبها الفقهاء في الصناعات الكيماوية؛ ما يدخل في صناعة النقود والمعادن النفيسة . فبينوا جملاً من تدليس الصناعة وغشهم فيها [٢]، فمنهم من يصبغ الفضة صبغاً لا يفارق الحد إلا بالسبك في مصاهر خاصة لتصبح خالصة من الشوائب ثم يمزجون للواحد اثنين ، وفي صفة تصغيره من يأخذ راسختاً [٣] يشربه بمرارة البقر سبعاً ثم يضيفه إلى مثله ذهباً مكلساً بصفرة الكبريت المستخرجة بالجير والقلي [٤] ، ثم يشوى الجميع بماء العقاب[٥] المحلول سبعاً ثم يدهنه بدهن الزعفران [٦] ، فإنه ينعقد حجراً ، فإن حله وعقده صار أبلغ من الذهب ويقارب المعدني.

يقول ابن تيمية في معرض تعليقه على هذا النوع من الصناعات : " ومن هؤلاء الكيماويين الذين يغشون النقود والجواهر والعطر وغير ذلك فيصنعون ذهباً أو فضةً، أو عنبراً، أو مسكاً ، أو جواهر ، أو زعفراناً، أو ماء ورد أو غير ذلك،

---

(1) الشيزري، نهاية الرتبة،ص٤٨، وابن بسام ، نهاية الرتبةص١٠٦،ابن عبد الرؤوف، رسالة ابن عبد الرؤوف في آداب الحسبة ، ص٨٦ .

(2) ابن الأخوة،معالم القربة،ص١٤٤-١٤٧،ابن بسام،نهاية الرتبة،ص١٠٦،الشيرزي،نهاية الرتبة ص١٧٧.

(3) الراسخت: لفظ معرب: ويطلق على النحاس المخلوط بالكبريت وقيل من حجر الكحل، الهميم،الدولة ووظيفتها الاقتصاديةص٣٩٣، بالهامش .

(4) القلي : نبات تؤخذ منه مادة ملحية تستخدم في الصباغة، ابن البيطار ، المفردات، ٢١/٤.

(5) العقاب : هو نسر البحر، ويطلق هذا الاسم عند الكيميائيين القدامى على ملح النوشادر وهو المقصود هنا، الهميم ، الدولة ووظيفتها الاقتصادية ، ص٣٩٣، بالهامش.

(6) الزعفران:شجر يمتاز زرعه ببياض يسير وكان يستخدم بعد سحقه بالصباغة،ابن البيطار ، المفردات،١٦٢/٢.

يضاهون به خلق الله "[١].وهكذا يكون الفقهاء قد تنبهوا إلى واحدة من أهم الصناعات القابلة للتشكيل والتكون ، وإمكانية استخراج سلع متشابهة للمعادن النفيسة من خلال خلط مجموعة من المحاليل الكيماوية ، فوضعوا مواصفات دقيقة لهذا النوع من الصناعة ، على الرغم من بساطتها إلا أنها كانت تتلاءم مع عصرهم ومستوى التقدم التقني فيه، ومما له دلالة قوية في هذا الاتجاه أنهم استطاعوا أن يحصوا ما يزيد على ثلاثة آلاف نوع من العقاقير الداخلة في مختلف الصناعات الكيمياوية والطبيعية ، ولعل النقطة الأكثر أهمية أنهم كانوا يصدرون في كل ذلك عن خبرة ودراية علمية كاملتين بأساليب الحيل ومخالفة المواصفات، فكانوا يعرضون لحالة المخالفة في توصيف رائع ودقيق وفي الوقت نفسه يعرضون لأساليب كشف المخالفة ومعرفتها ، وهذا فضلاً عن أنه يضع في يد أجهزة الرقابة خبرة عالية في كشف المخالفة ، فإنه يضع في يد المستهلك مكنة التعرف على السلعة التي يرغب في شرائها، أو يروم اقتنائها [٢]، وهذا يظهر الحرص على المستهلك باتخاذ ما أمكن من تدابير احترازية لحمايته ، باشتراط شروط خاصة في السلع المنتجة والمعروضة ، ومحاربتهم لكل من سولت له نفسه خداع المستهلك وغشه إذ أوجدوا الحلول المناسبة للقضاء على ظاهرة غشه وخداعه ، ليحققوا له الطمأنينة والاستقرار في تبادلاته التجارية .

---

[1] ابن تيمية ، الحسبة ، ص٢١.

[2] الهميم، الدولة ووظيفتها الاقتصادية ، ص٣٩٣ ، ٣٩٤.

ثانياً : في مجال الصناعات الغذائية :

ذكر الفقهاء عدة مواصفات لبعض الصناعات الغذائية ، ومن ذلك :

- ما ذكروه للخبازين ، والفرانين ، كتدابير احترازية لحماية المستهلك .

فيكتب والي الحسبة في سجل خاص اسماء الخبازين، ويحدد مواضع الافران ومواقعها، لأن الحاجة تدعو إلى ذلك [١] ، ويفتش عليهم أفرانهم ويأمرهم في حالة الفراغ من إحماء الفرن من مسحه بخرقة نظيفة قبل الشروع في الخبز [٢] ، ويأمرهم بنظافة أوعية الماء وتغطيتها ، وغسل المعاجن ونظافتها ، والقماش الذي يغطي به الخبز والاوعية التي يحمل فيها [٣] ، وعندما يبدأ عملية العجن ، يجب عليه أن يلبس ثوباً خاصاً مقطوع الاكمام ، وعليه أن يتلثم لأنه ربما عطس أو تكلم فقطر شيء من فضلاته في العجين، وعليه أن يشد عصابة بيضاء على جبينه لئلا يتساقط عرق منه، كما عليه أن يحلق شعره لئلا يسقط مع العجين شيء ، وفي الأحوال التي يعجن فيها نهاراً ، فإنه يجب أن يكون عنده إنسان في يده مذبة يطرد بها الذباب [٤] ، ويراقبهم المحتسب في كل هذا مراقبة صارمة ، وكذلك يراقبهم حتى لا يُغشَ الخبز بغيره من الدقيق،كدقيق الأرز والحمص مثلاً، فيبيعونه على أنه من الحنطة، ويجب على الخباز أن ينخل الدقيق مناخل كثيفة ويكرر

---

(1) الشيزري ، نهاية الرتبة، ص٢٢، وابن بسام ، نهاية الرتبة،ص٢١،وابن الأخوة، معالم القربة،ص٩١.

(2) ابن بسام ، نهاية الرتبة ، ص٢٢.

(3) ابن عبدون ، رسالة ابن عبدون في الحسبة والقضاء، ص٤٨،وابن بسام، نهاية الرتبة ،ص٢٢.

(4) الشيزري ، نهاية الرتبة، ص٢٢ ، وابن بسام ، نهاية الرتبة، ص٢٢.

العملية أكثر من مرة حتى يكون الدقيق خالصاً من النخالة ومن الشوائب . [١] .

وللمشتري في الأحوال التي يكون فيها الخبز مخالفاً للمواصفات ، بأن لـم تجـر غربلته أو وجدت فيه حجارة إرجاع ما اشتراه وأخذ قيمته من البائع، ويجب على المحتسب أن يأمر الخباز والفران والبائع بالتصدق بهذا الخبز الذي يكون على هذه الشاكلة – والتصدق هنا : من باب العقوبة قياسا على من أوجب الزكاة على مـن يلبس الحلي من الرجال – ، وله حق حبسه مع هذا التصدق ، وكذلك لـه حـق إخراجه من السوق ومنعه من مزاولة المهنة لفترة محددة، لان هذا قديحـة فيـه، وكذلك الشأن في الأحوال التي ينقص فيها وزن الرغيف عن مقداره المحدد مـن اللائحة [٢] ، ولا يخرج الخبز من التنور حتى ينضج من غير احتراق ، وإذا لـم ينضج؛ أدب الخباز والفران كليهما، لأن الخباز إذا أمر الفران ائتمر .

وحفاظاً على وجود الخبز في البلد يلزم المحتسب كل فرن بإنتاج معين من الخبز في كل يوم لئلا يختل العرض والطلب عند نقصان الخبز " فتمس الحاجة إليه "[٣] ويقوم المحتسب بتفتيش كل فرن عند كل مساء ، ولا يمكن أحداً من الخبازين من النوم في أكسية العمل، بل عليهم أن يغسلوها ويقوموا بنظافتها في كل وقت[٤].

ويعمل المحتسب على تفريق المخابز والافران على الدروب والأحياء السكنية

---

(1) التلمساني، غنية الذاكر ، ص١١٨.

(2) ابن عبد الرؤوف،رسالة ابن عبد الرؤوف في الحسبة، ص٨٩، والتلمساني ، غنية الذاكر ، ص١١٨.

(3) ابن الأخوة، معالم القربة ، ص٩٢.

(4) ابن الأخوة، معالم القربة ، ص٩٢.

وأطراف البلد لما فيه من المرافق وعظم حاجة الناس إليها[١] ، مراعياً في هذا التقسيم ما ينفع الحاجة ، وييسر على الناس الحصول على السلعة .

ما نص عليه الفقهاء من عبارات لبيان دور المحتسب في توفير سلع مميزة وصالحة للاستعمال بما جاء في عباراتهم من مواصفات ، وبيانهم لما يترتب على الاخلال بصناعة الخبز والنظافة العامة من عقوبات تلحق بالخبازين والفرانين ، هو تدابير احترازية قد أوجدها الفقهاء لحماية المستهلك في المجتمع الإسلامي .

- ما ذكروه للطباخين ، وأصحاب المطاعم ، كتدابير احترازية لحماية المستهلك في هذا المجال .

يجب على المحتسب أن يفتش على الطباخين أو المطاعم مرتين في كل يوم ، صباحاً ومساءً .

أما في الصباح فيقف على اللحم الذي منه يطبخون، لئلا يكون لحماً رديئاً أو لحماً من غير الصنف الذي يؤكل لحمه ، يبيعونه ببيع الطيب ، وأما في المساء فلئلا تبقى المأكولات بقية فيزيدون عليها غيرها ، ويخلطونها ثم يعيدون طبخها فتستر رائحتها ويفسد طعمه ، ويؤمرون ببيع ما تبقى لهم منفرداً، ويمنعون من طبخ غيره إلا من بعد استنفاذه [٢] ، ويؤمرون أن يضعوا ما طبخوا في قدور واسعة ويؤمرون بتغطية أوانيهم وحفظها من الذباب وهوام الأرض، وأن يعتنوا بغسل

---

(1) الشيزري ، نهاية الرتبة ، ص٢٤.

(2) ابن عبد الرؤوف، رسالة ابن عبد الرؤوف في الحسبة ، ص٩٦.

الأطباق والاواني بالماء الحار والأشنان[1] ، وأن لا يخلطوا لحوم المعز مع لحوم الضأن ، أو لحوم الإبل مع لحوم البقـــر،ويعتبر عليهم المحتـــسب كثـــــرة الإدام وقلة اللحم، فإن أكثرهم يسلون الدهن ويفرغونه في القدر فيطفوا على وجه الطعام ، فيغتر به الناس، ويعتبر عليهم المحتسب ما يغشون به الأطعمة ، فإن هناك ألوان لحم تطبخ من غير لحم ، وقلي كبود من غير كبود ومخ من غير مخ ، وحلاوة من غير عسل ولا سكر ، وألوان كثيرة من غير عناصرها [2] .

وهكذا؛ تحدث الفقهاء عن أنواع كثيرة من مجال الطبخ والطهي وبينوا مواصفاتها ، ووصفوا مقاييس لها، فتحدثوا عن الشوائين [3] ، والهراسين[4] ، والرواسين[5] ، وقلائي السمك [6] ، وغيرهم ، وهم في كل هذا يبينون صـــفة المـــأكول الجيـــد، ومقاييسه ، وأساليب الغش فيه، وطرق كشف المخالفة، وحجم الإجراء الذي يتخذه المحتسب في معالجة هذه المخالفة[7] ، وكل هذه تدابير احترازية نـــصوا عليهـــا لحماية المستهلك .

---

(1) الأشنان، نبات لا ورق له، وأعضاؤه رقيقة وطعمه يميل إلى الملوحة ويستعمل في غسل الثياب وغيـــره، ويطلق عليه الغاسول، ابن البيطار ، المفردات ، ٣٧/١ – ٣٨.

(2) ابن عبدون، رسالة ابن عبدون في الحسبة،ص٤٥، وابن الأخوة، معالم القريـــة، ص١٠٧، والـــشيزري، نهاية الرتبة، ص٣٤، وابن بسام ، نهاية الرتبة،ص٤٤ وما بعدها .

(3) ابن الأخوة، معالم القربة ،ص٩٢-٩٤، الشيرازي، نهاية الرتبة،ص٣٠،وابن بسام،نهاية الرتبة، ص٣٧.

(4) ابن بسام، نهاية الرتبة،ص٣٩،والشيرازي، نهاية الرتبة،ص٣٦،وابن عبدون ،رسالة ابـــن عبـــدون فـــي الحسبة ،ص٥٥ ،ورسالة ابن عبد الرؤوف في الحسبة،ص١٠١ ،والحصرية،طعام من خليط القمح واللحم.

(5) ابن الاخوة ، معالم القرية ، ص١٠٥، وابن بسام،نهاية الرتبة،ص٤٣،والشيزري ،نهاية الرتبة،ص٣٢.

(6) ابن بسام، نهاية الرتبة،ص٥٦، والشيرازي، نهاية الرتبة،ص٣٣، ورسالة ابن عبد الرؤوف،ص٩٧.

(7) الهميم ، الدولة ووظيفتها الاقتصادية ، ص٣٩٦.

- ما ذكروه لأصحاب المطاحن وصانعي الورق :-

يمنع الحناطون وأصحاب المطاحن من خلط الدقيق الطيب بالرديء ، والمحجر بغيره مما لا حجر فيه ؛ لأنه غش ومخالفة للمواصفات ، فلا يخلطون رديء الحنطة بجيدها، ولا عتيقها بجديدها ، وإذا دعت الحاجة إلى غسل الغلة جففت بعد غسلها تجفيفاً بليغاً ثم بيعت بعد ذلك .

وُتلزم المطاحن بضرورة تنقيته من سوس الحنطة والحب الصغير الأحمر المستطيل، وغربلة الغلة من التراب ، وتنظيفها من الغبار والحصى قبل طحنها، ويفتش المحتسب على مطاحنهم لأنهم ربما خلطوا دقيق الشعير المنخول أو دقيق الباقلاء ونحوه، أو ما خالطه الحصى والغبار معه .

وللمطاحن حق رش الحنطة بماء يسير عند طحنها، لأن ذلك يكسو الدقيق بياضاً وجودة، ولكن بما لا يزيد الرطوبة فيه على نسبة مئوية معينة تحددها لائحة الاحتساب للمواصفات .

وللمحتسب الحق في أن يفرض على المطاحن كميات محددة من الإنتاج في وجبة العمل الواحدة، أو لوجبات متعددة ، وذلك في الأحوال التي تقتضيها مصلحة البلد واستهلاك المجتمع [١] .

ثالثاً : ما ذكروه في صناعة النسيج :

عرض علماء الحسبة للعديد من المواصفات التي يجب توافرها في الصناعات

---

[1] ابن بسام، نهاية الرتبة، ص٥٩، وابن عبد الرؤوف،رسالة الحسبة ،ص٨٨، والشيزري، نهاية الرتبة، ص٣١.

النسيجية في مختلف مراحلها الإنتاجية وأنواعها .

- عبارات الفقهاء في الحياكة [١] .

يجب على المحتسب أن يأمرهم بجودة حياكة قطعة القماش والاعتناء بها ، بأن تظهر وكأنها قطعة واحدة وليست مكونة من عدة قطع ، وأن يأمرهم بملاحظة نهاية طولها المتعارف عليه وعرضها ، ودقة غزلها ، ونعومة الخيط المستعمل في هذا الخيط ، وتنقيتها من القشرة السوداء بالحبر الأسود الخشن، ويمنعهم من نثر الدقيق والجبصين المشوي عليها في وقت نسجها، لأن ذلك يستر رداءتها وعدم جودتها، فتظهر وكأنها صفيقة الرقعة وبما تشبه القطعة الواحدة وفي هذا تدليس على المستهلك[٢].

- في صناعة الكتان :

الكتان نبات تصنع الملابس من خيوط أليافه ، وأجود أنواع الكتان هو الكتان المورق وأردؤه هو الذي يتقصف بسرعة، فيأمرهم المحتسب أن لا يخلطوا جيد الكتان برديئه،وكذلك يأمر بائعي الغزل بتعريض الغزول للشمس حتى تيبس[٣].

- في صناعات الحرير:

لا يجوز أن يباع الحرير المصبوغ بالبقم عوضاً عن القرمز، لأنه يتغير في الماء ،

---

(١)الحياكة: هي النسيج، يقال حاك الثوب بحوكه حوكاً وحياكياً وحياكة: نسجه، ويقال : حاكه جمع حائك وهو الذي ينسج الغزل قماشاً، ابن منظور، لسان العرب، مادة حوك، ٤١٨/١٠.

(٢) الشيزري، نهاية الرتبة، ص٦٥، وابن بسام، نهاية الرتبة،ص٧٣ بتصرف.

(٣) ابن عبد الرؤوف ، رسالة ابن عبد الرؤوف في الحسبة،ص١٠٤ بتصرف.

وينبغي أن لا يصبغوا القز بالفوة قبل اللك[١] ، لانه غش وتدليس، وقد يلجأ صانعوا الحرير إلى صبغ القز قبل تبيضه حتى يزيد لهم في الوزن، ومنهم من يحاول تثقيل الحرير بحقنه بالنشاء، ومنهم من يحقنه بالزيت، أو السمن زيادة في وزنه فيعتبر عليهم المحتسب جميع ذلك ويؤدب[٢] .

- عبارات الفقهاء في الصباغة :-

يفتش عليهم المحتسب ، فيمنع من وجود الأصباغ الرديئة في حوانيتهم، ومصانعهم مثل الحناء، وذلك لأن أكثر صباغي الحرير الأحمر يلجأون إلى صبغة الحناء بدلاً من الفوة، فيخرج حسنا مشرقا، فإذا أصابته الشمس تغير لونه وزال إشراقة، وهذا كله غش وتدليس يجب على المحتسب كشفه والتأديب عليه[٣] .

- عبارات الفقهاء في الخياطة :-

يأمرهم المحتسب بجودة التفصيل وحسن فتح الجيب، واعتدال الكتفين والاطراف، واستواء الذيل .

وقد عرض علماء الحسبة لأنواع عديدة من الصناعات النسيجية وذلك مثل الندافة[٤] والقصارة [٥] ، والتطريز[٦] ونحوها، وهم في كل ذلك يحاولون وضع

(1) الفوة: نبات عروقه حمراء، وكانت تلك العروق تستخدم في الصباغة، اللك: شجر يخرج منه صمغ أحمر اللون يستعمل في الصباغة والطلاء والطب، ابن البيطار، المفردات، ١٦٩/٣.

(2) الشيزري ، نهاية الرتبة، ص٧١، وابن بسام، نهاية الرتبة، ص٧٥ .

(3) ابن الأخوة، معالم القربة، ص١٤١-١٤٢، وابن بسام ، نهاية الرتبة،ص١٢٨.

(4) ابن الأخوة، معالم القربة،ص١٤٢، وابن بسام، نهاية الرتبة، ص٧٦، والشيزري نهاية الرتبة،ص٦٩.

(5) ابن بسام ،نهاية الرتبة، ص٨٢، وابن الاخوة، معالم القربة،ص١٣٩ – ١٤٠.

(6) ابن بسام ، نهاية الرتبة ،ص٨٣.

مقاييس لهذه الصناعة في لوائح احتساب دقيقة لا تكاد تخرج بالجملة عما تمارسه الأنشطة الصناعية المعاصرة من خروج على المواصفات النوعية المقــررة فــي السلع[١] .

رابعاً: في الصناعات الإنشائية:-

تحدث الفقهاء عن جملة من الصناعات الإنشائية فوضعوا لها مواصــفاتاً خاصــة بها، ومن ذلك صناعة الجبس ،إذ ذهبوا إلى أنه يجب على المحتــسب أن يــأمر أصحاب هذه الصناعة بإنضاج الجبس في الوقيد حتى يطفو وتظهر منــه رائحــة كرائحة الطفل ، وعلامة نضجه أنه إذا خلط بالماء لم يشتد في الحال . أمــا فــي الأحوال التي يكون فيها الجبس رديئاً يلصق في الوعاء ، ويجب أن تكــون لــدى بائعي الجبس وصانعيه موازين يعتمد عليها في تحديد الكميات إذ في حالة الإخلال بهذه المواصفات أو تخطيها أُدب المسؤول عن ذلك وأُشهر، ليكون عبرة لغيره[٢]

خامساً : في السلع الخدمية : -

عرف الفقهاء مجموعة كبيرة من المواصفات في الاعمــال التجاريــة والخدميــة المختلفة ، ومن ذلك ما يلي [٣]:

- عبارات الفقهاء للبقالين وباعة الخضروات :-

يأمرهم المحتسب بغسل البقول وتنظيفها من الشوائب وتنقيتها من الحشائش العالقة

---

[1] الهميم ، الدولة ووظيفتها الاقتصادية ، ص٣٩٩.

[2] ابن بسام ، نهاية الرتبة، ص٦٥.

[3] الهميم، الدولة ووظيفتها الاقتصادية، ص٤٠٠ وما بعدها .

بها، ويأمرهم بقطع العروق التي في أصول الثمار[١] ، وينهاهم عن غسل بعــض أنواع الخضر مثل البصل والثوم الرطبين، لأن الماء يزيدها زفرة ، وإذا بات في دكانيهم شيء من البقول الخضراء، فلا يخلطونه مع الجديد الطري [٢] وينهــاهم عن بيع ما فسد من القثاء والتين والرطب ... [٣].

- عبارات الفقهاء للجزارين والقصابين :-

الجزارون هم الذين يذبحون الماشية، والقصابون هم الذين يبيعونها للناس . أمــا فيما يتعلق بالجزارين، فإن المحتسب يأمرهم أن لا يجــروا الــشاة جــرأ عنيفــاً ويأمرهم بقطع الودجين والمريء والحلقوم[٤] . ويمنعهم من الذبح علــى أبــواب الدكاكين لئلا يتلوث الطريق، ولأن فيه تضييقاً على المارة، فهو منكر يجب منعه ، ويأمرهم أن يفردوا لحوم الماعز عن لحوم الضأن، وكذلك لا يخلط لحــم الــذكر بلحم الانثى[٥].

وكذلك ينهي القصابين عن رفع الموازين في أماكن عالية لا يبصرها المشتري،

---

[1] الشيزري، نهاية الرتبة، ص١١٦.

[2] المرجع السابق.

[3] المرجع السابق.

[4] ابن بسام ، نهاية الرتبة، ص٣٤، والشيزري، نهاية الرتبة، ص٢٨.

[5] ابن الأخوة، معالم القربة،ص٩٧-١٠٥ ، وابن بسام ، نهاية الرتبة ص٣٤، والشيزري، نهاية الرتبة ، ص٢٨، وتقي العاني، المحتسب والجهاز المركزي، ص٩٨ – ١٩٩ بتصرف.

لأن ذلك سبب للخديعة والسرقة،وكذلك يأمرهم ببيع الشحوم مفردة عن اللحوم [١].

- مواصفات الفقهاء للبنائين والاستشاريين:-

يحلف البناؤون وبحضرة عريفهم على اتقان الصنعة، والنصيحة للمسلمين، وعدم التغرير بهم[٢] ، ويعمل المحتسب على أن يأخذ من البنائين تعهداً بعدم استعمال المواد الانشائية غير المطابقة للمواصفات ، بأن تكون متدنية الجودة ، أو انتهت مدة صلاحيتها للاستعمال، وذلك بأن يعمد البناؤون إلى استعمالها مقابل رشوة من المنتج [٣] .

وفي كل هذا فإن للمحتسب تأديبهم ، وعقوبتهم ، بما ينسجم وحجم المخالفة، وفي الأحوال التي يتم فيها بناء المنشأ حسب دراسات استشارية للكلفة فإنه يجب على المستشار النصيحة للمستفيد (المستهلك) وعدم التغرير به ؛ وذلك بأن لا يعمد إلى تقدير تكاليف المنشأ تقديراً يعتمد الحد الاعلى في الأسعار، أو يكون التقدير غير دقيق للمكونات الداخلة في عملية بناء المنشأ ، أوعدم استقرار اسعار بما يدفع المستفيد إلى المباشرة في العمل فيجد نفسه أمام تكاليف أكثر مما قدرته دراسة التكلفة، فيلحقه ضرر بالغ ، ربما أدى في أحيان كثيرة إلى افتقار المستفيد ، وركوب الدين له، وربما اضطر في النهاية، إلى بيع المنشأ قبل إتمامه ، وفي كل

---

(1) الشيزري ، نهاية الرتبة ، ص٢٨ بتصرف.

(2) ابن الأخوة ، معالم القربة، ص٣٤.

(3) ابن بسام ، نهاية الرتبة ، ص١٤٥.

هذا يجب تأديب المستشار في إطار مسؤوليته وحجم المخالفة في ذلك[١].

والناظر فيما جاء في عبارات الفقهاء في المواصفات والمقاييس للسلع المختلفة قبل إنتاجها أو عند إنتاجها، يجد أن ما اتخذوه من تدابير احترازية للحصول على سلعة مفيدة وصالحة، هو في مصلحة المستهلك، وعلى السلطة القضائية التأكد من تطبيق المحتسب لهذه التدابير ومعاقبة كل من تسول له نفسه محاولة غش المستهلك وخداعه .

ويفهم من عبارات الفقهاء أن التدابير الاحترازية المذكورة تم تطبيقها بعد أن وقعت جرائم ولحقت بالمستهلك أضرار كان لا بد من إزالتها ومعالجتها .

وقد شملت عبارات الفقهاء التدابير التي تمنع الجرائم المحتملة الوقوع على المستهلك .

فالتدابير الاحترازية تحمي المستهلك وتحقق له الأمن والاستقرار ، والطمأنينة في تبادلاته التجارية ، ويشبع رغباته برضا وشعور بأن هنالك من يحمي له حقوقه، ويعاقب كل من يتسبب له بالضرر والأذى .

وفي الشريعة الاسلامية ، يعاقب من يرتكب هذه المحظورات ، ويخالف تلك القواعد ، بعقوبة تعزيرية،ويقصد بالتعزير :" تأديب على ذنوب لم تشرع فيها العقوبات " [٢] .

---

(1) ابن الاخوة، معالم القربة، ص٢٣٥ بتصرف، والهميم،الدولة ووظيفتهاالاقتصادية، ص٤٠١-٤٠٢ .

(2) الاحكام السلطانية ص ٢٠٥ ، الكاساني ، بدائع الصنائع ، ٦٣/٧ ، أسنى المطالب ،١٦١/٤ .

وقد نصت الشريعة على أنواع عقوبات التعزير ، ومنها :

أولاً : عقوبة الوعظ ، وعقوبة التهديد ، وعقوبة الجلد أو الضرب [١]، وهذه العقوبات نص عليها القرآن والسنة ، قال تعالى :" وَٱلَّٰتِي تَخَافُونَ نُشُوزَهُنَّ فَعِظُوهُنَّ وَٱهْجُرُوهُنَّ فِي ٱلْمَضَاجِعِ وَٱضْرِبُوهُنَّ " [٢] ، فهذا النص القرآني يفرض ثلاث عقوبات تعزيرية على المرأة التي لا تطيع زوجها ، وهي الوعظ ،والهجر ، والضرب ، ولما كان النشوز ، وعدم الطاعة معصية لا حد فيها ولا كفارة ، فمعنى ذلك أن هذه العقوبات فرضت لكل معصية لا حد فيها ولا كفارة [٣].

ثانياً :عقوبة التوبيخ .

ثالثاً : الحبس ، والحبس في الشريعة على نوعين :

- الحبس لمدة محددة ، ويعاقب به من يرتكب الجرائم التعزيرية العادية ، وأقل مدة له يوم واحد ، أما حده الأعلى ففيه خلاف بين الفقهاء ، والراجح أن يترك أمر حده لولي الأمر [٤] .

---

(1) عبد القادر عودة ، التشريع الجنائي الاسلامي ، ص ١٤٥-١٤٦ .

(2) سورة النساء ، آية ٣٤ .

(3) عبد القادر عودة ، التشريع الجنائي الاسلامي ، ص ١٤٥-١٤٦ .

(4) ابن فرحون ،تبصرة الحكام ، ٢٨٤/٢ ، ابن قدامة المغني ، ٣٤٨/١٠ ، ابن الهمام ، شرح فتح القدير ، ٢١٦/٤.

- الحبس لمدة غير محددة ، ويعاقب به المجرمون الخطـــرون ، ومعتـــادو الاجرام ، أو من تكرر منهم ارتكاب جرائم خطرة ، ويظل محبوساً حتـــى تظهر توبته [١]، وينصلح حاله ، والا بقي محبوساً حتى يموت[٢].

رابعاً : الغرامة والتشهير والنفي ، ورأى الفقهاء جعل الغرامة عقوبة عامـــة ، لا تصلح إلا في الجرائم البسيطة ، ولم يضعوا لها حداً أدنى أو حداً أعلـــى تـــاركين ذلك لولي الأمر [٣] .

أما التشهير ، فيقصد به :" الاعلان عن جريمـــة المحكـــوم عليـــه " [٤] ، ويكون التشهير في الجرائم التي يعتمد فيها المجرم على ثقة الناس ، كشهادة الزور والغش .

واختلف الفقهاء في عقوبة النفي والتغريب ، واتفقوا على أن التغريب فيما عدا جريمة الزنا يعتبر تعزيراً [٥] ، والمحكوم عليه بالتغريب لا يحبس في مكان معين ، ولكن يوضع تحت المراقبة ، وتقيد حريته ببعض القيود .

خامساً : القتل ، الأصل في الشريعة أن التعزير للتأديب ، وينبغي أن لا تكون

---

(1) ابن عابدين ، الحاشية ، ٢٦٠/٣ ، الرملي ، نهاية المحتاج ، ٢٠/٨ ، البهوتي ، كشاف القناع ، ٢٧٢/٤.

(2) الأحكام السلطانية ، ص ٢٠٦ ، ابن فرحون ، تبصرة الحكام ، ٢٦٦/٢ .

(3) ابن عابدين ، الحاشية ، ٢٤٦/٣ ، ابن الهمام ، شرح فتح القدير ، ٢١٢/٤ ، شرح الزرقـــاني ،١٢٥/٨ ، الاقناع ، ٢٧٠/٤ ، التشريع الجنائي الاسلامي :٧٠٥/١ .

(4) عبد القادر عودة ، التشريع الجنائي الاسلامي ، ص ٧٠٤ .

(5) ابن قدامة ، المغني ، ١٣٦/١٠ ، اسنى المطالب ، ١٣٠/٤ ، شرح الزرقاني ، ٨٣/٨ ابن الهمام ، شـــرح فتح القدير ٤/ ١٣٤ ، عبد القادر عودة ، التشريع الجنائي الاسلامي ، ص ٦٩٩ .

عقوبة التعزير مهلكة [١]، لكن الكثيرين من الفقهاء أجازوا استثناء من هذه القاعدة العامة أن يعاقب بالقتل تعزيراً إذا اقتضت المصلحة العامة تقرير عقوبة القتل ، أو كان فساد المجرم لا يزول إلا بقتله ، كقتل معتاد الجرائم الخطرة [٢].

أما التدابير الاحترازية القانونية لحماية المستهلك ، في مرحلة الانتاج ، فتتحقــق بتوفير السلع الاستهلاكية بمواصفاتها القياسية المعتمــدة، الأمــر الــذي يــسمح للمستهلك بالمقارنة بين السلع المتشابهة انطلاقاً من المواصــفات ، والأســعار ، واختيار السلعة التي تتناسب وظروفه المادية ، ورغباته، فكيف يتم تحديد الجــودة للسلعة أو الخدمة ؟ وما هي العقوبات المترتبة في حــال مخالفــات المواصــفات المحددة ، أو الواجب توافرها في السلعة ؟ [٣].

أولاً : تحديد الجودة :

يتم تحديد مستوى الجودة للسلع بثلاثة أساليب ، وهي : -

١- بمقتضى النص القانوني :

لقد عمد المشرع إلى إعطاء المفهوم القانوني للعديد من المواد التي تبدو هامــة من الناحية الاقتصادية، وذلك ببيان جودتها ، والمواد الخام المكونة لهــا ، وكيفيــة تحضيرها، وفي هذا الاتجاه نصت المــواد : (٥) ، (١٠) ، (١١) مــن قــانون

---

(1) تبصرة الحكام ، ٢٦٤/٢ ، الاقناع ،٢٦٩/٤ .

(2) ابن عابدين ، الحاشية ، ٢٤٧/٤-٢٤٨ ، ابن القيم ، الطرق الحكمية ، ص ١٠٦ ، ابن تيمية ، الاختيارات ،١٧٨-١٧٩ ، مواهب الجليل ، ٣٥٧/٣ ، البحر الرائق ، ٤٥/٥ ، وأرى عدم جواز القتل تعزيراً لمنافاتهــا لحكمة الشارع من تحديد مقادير لعقوبات الحدود .

(3) صالح ، حماية المستهلك ، ص ١٢٢ وما بعدها .

المواصفات والمقاييس الأردني لسنة ٢٠٠٠م [1] ؛ على أنه يقع على عاتق مديرية المواصفات والمقاييس اعتماد المواصفات القياسية للسلع ، والمواد ، ومراجعتها وتعديلها واستبدال غيرها، ومراقبة تطبيقها، وذلك من خلال اللجنة الاستشارية للمواصفات والمقاييس ، واللجان الفنية المتخصصة .

٢ – بمقتضى العرف :

جرى عرف أصحاب المهن والصناعات على رفع مستوى الجودة ، من حيث أنواع المواد والسلع ، وطريقة التكوين والتكرير ، وفق عوامل المنافسة والعرض ، والطلب ، حتى استقر على اعتبار مواصفات معينة لجودة السلع ، والمنتجات ، قبل أن تقر تشريعات خاصة لاعتماد الجودة ،ويظهر أثر العرف بشكل أكثر وضوحاً في الخدمات ،فالصانع والحرفي يقدم خدماته وفق ما تقتضيه أصول المهنة ، وطبقاً لقواعد العرف .

---

(1) قانون المواصفات والمقاييس ، قانون رقم (٢٢) لسنة ٢٠٠٠م ، المملكة الاردنية الهاشمية ، ونص المادة (٥) من القانون :" أ. مع مراعاة ما ورد في القانون ؛ تتولى المؤسسة في سبيل تحقيق أهدافها المهام والصلاحيات التالية :١. اصدار المواصفات القياسية ، والقواعد الفنية ، واعتمادها ، وممراجعتها ، وتعديلها ، ومراقبة تطبيقها ، وذلك لجميع الخدمات والمنتجات باستثناء المنتجات الصيدلانية ، والادوية البشرية ، والبيطرية ، والامصال والمطاعيم ، ٢..........الخ ، ب . تكون المؤسسة المرجع الوحيد في المملكة في كل ما يتعلق بالمواصفات ، والمقاييس ، وعلامة الجودة ، ويجوز لها أن تسترشد بآراء الوزارات ، والدوائر الحكومية الاخرى ، وتنسيباتها في هذه المجالات ". المادة (١٠) "أ. يتم اعداد المواصفات القياسية ، والقواعد الفنية ، وتعديلها على النحو التالي : ١. يشكل المدير العام لجاناً فنية دائمة ومتخصصة ؛ لإعداد مشروعات المواصفات القياسية ، ومراجعة المواصفات القياسية ، والقواعد الفنية ، وتعديل أي منها.٢.......الخ ب. تعتبر المواصفة القياسية التي يوافق عليها المجلس ، مواصفة قياسية أردنية معتمدة ، وتصدر إما مواصفة قياسية ، أو قاعدة فنية ، وتعتبر سارية المفعول من التاريخ الذي يحدده المجلس لها .المادة (١١) :" أ. يتم وضع المواصفات القياسية ، والقواعد الفنية بناء على متطلبات أداء المنتج ، وليس على متطلبات التصميم ، أو الخصائص الوصفية حيثما يكون ذلك مناسباً ، وممكناً ....

٣- بمقتضى العقد :

يلجأ المتعاقدون إلى تحديد الجودة ؛ بوصف البضاعة في العقد استناداً إلى عينة أو نموذج، ويتمثل دور المحاكم وسلطة المراقبة في المقارنة بين البضاعة ، أو الخدمة الموصوفة في العقد، وبين ما تم تنفيذه من قبل البائع.

وقد اتفق القانون مع الشريعة الاسلامية بوجوب وضع ضوابط للمنتجات ، تتناسب مع حاجة المستهلك ، ووضع توصيفٍ دقيقٍ لتلك المنتجات ، ولكن بعض القوانين لم تأخذ بعين الاعتبار دائرة الحلال والحرام ، فلم ينص على أولويات المجتمع في الانتاج ، وأن تكون المنتجات معبرة عن حاجات حقيقية فيه ، وهذه الامور راعتها الشريعة الاسلامية ، واعطتها جلَّ اهتمامها واعتبارها[١].

ثانياً : جرائم مخالفة الجودة وعقوباتها[٢] .

أكد المشرع الأردني في قانون المواصفات والمقاييس رقم (٢٢) لسنة ٢٠٠٠م؛ أنه لا يجوز استيراد أي سلعة ، أو مادة ، أو تصديرها ، أو إنتاجها، ما لم تكن مطابقة للمواصفات المعتمدة ، حيث جاء في المادة (١٦) فقرة أ :" تطبق القواعد الفنية على المنتجات المحلية ، والمستوردة المماثلة دون تمييز غير مبرر ، ولا يجوز استيراد أي منتج أو مادة إلى المملكة ، أو انتاجها ، أو بيعها ، أو عرضها للبيع ، أو تداولها ، بأي شكلٍ آخر في المملكة ، ما لم تكن مطابقة للقواعد الفنية

---

[1] عقوب ، التسويق في الاقتصاد الاسلامي ، ص ١٠١-١٠٢، شابرا ، الاسلام والتحدي الاقتصادي ، ص،٧٢-٧٣.

[2] صالح، حماية المستهلك في التشريع الأردني، دراسة تحليلية مقارنة، ص ١٢٤، ١٢٥ .

المتعلقة بذلك المنتج أو المادة "[١] .

وألزم المشرع المؤسسات العامة على اختلاف أنواعها ؛ بضرورة التقيد بالمواصفات المعتمدة ، وألزم أصحاب الصناعات ، أو موزعي السلع الاستهلاكية؛ بضرورة إلصاق البيانات الكاملة المتعلقة بالسلعة المعروضة للبيع على السلعة ذاتها، وهذه القوانين والتشريعات تحمي المستهلك من الغش في مكونات السلع التي يرغب في اقتنائها ، فيحرص المنتِج على جودة السلعة ، ويُحمى المستهلك من التلاعب بالاسعار ؛ فالسعر مثبت على السلعة [٢] .

وقد نص القانون على الاجراءات ، والعقوبات المتعلقة بمخالفات المواصفات والمقاييس ، وهي كما يلي [٣] :

المادة (٣٠) :

أ. تُرسِل المؤسسة إنذاراً خطياً لمنتِج ، أو صاحب السلعة التي تكون غير مطابقة للقواعد الفنية ؛ تطلب فيه ضرورة الالتزام بها خلال مدة تحددها المؤسسة .

ب. إذا لم يتقيد منتِج ، أو صاحب السلعة المذكورة في الفقرة (أ) من هذه المادة بالقواعد الفنية الصادرة عن المؤسسة خلال المدة المحددة ، يحق للرئيس بناء على تنسيب من المدير العام ، إغلاق المحل أو المصنع ، أو المستودع

---

(1) قانون المواصفات والمقاييس ، قانون رقم (٢٢) لسنة ٢٠٠٠م ، المملكة الاردنية الهاشمية ص١٥ .

(2) قانون المواصفات والمقاييس الاردني ، مادة (٣١) فقرة (٨) ص ٢٣ .

(3) قانون المواصفات والمقاييس الاردني ، ص٢١ ، ٢٢ ، ٢٣ .

أو المرفق الذي يحتوي على هذه السلعة ، أو المادة لحين تصويب المخالفة .

ت. إذا ثبت أن المنتَج ، أو المادة التي تخضع للقواعد الفنية الصادرة عن المؤسسة غير مطابقة لتلك القواعد ، فعلى المدير العام أن يصدر قراراً خطياً بحجز ذلك المنتَج ، أو اتلافها ، أو إعادة تصديرها ، أو إعادة تصنيعها ، حتى تتطابق مع تلك القواعد .

ث. يحق للرئيس ، وبتنسيب من المدير العام ؛ أن يقوم بإغلاق أي مصنع لا يتقيد بالقواعد الفنية الصادرة عن المؤسسة العامة لحماية البيئة لحين تصويب المخالفة .

ج. يتم مصادرة أي أداة قياس غير قانونية يتم ضبطها في أي محل ، أو مصنع، أو مستودع ، أو مرفق .

المادة (٣١) :

أ. دون الإخلال بأي عقوبة أشد منصوص عليها في أي قانون آخر ؛ يعاقب بغرامة لا تقل عن خمسمائة دينار ، ولا تزيد على خمسة آلاف دينار ، أو بالحبس مدة لا تقل عن أربعة أشهر ، ولا تزيد على ستة أشهر ، أو بكلتا العقوبتين ، على أن يحكم بالحد الأعلى للعقوبة في حالة التكرار ، كل من أقدم على ارتكاب أي من الأفعال التالية :

١. صنع أي أدوات قياس غير قانونية ، أو بيعها ، أو التلاعب بأدوات القياس القانونية .

٢. استعمال أي أدوات قياس غير مدموغة ، أو مختومة من قبل المؤسسة ، أو غير قانونية .

٣. منع الموظف المفوض بمقتضى هذا القانون من ضبط أي ادوات قياس غير قانونية .

٤. عدم السماح للموظف المفوض بدخول أي مصنع أو محل تجاري أو مستودع أو أي مرفق لغايات الكشف والتفتيش واجراء الفحص والاختبار والتحليل لأي منتج أو مادة أو أدوات قياس تصنع أو توجد أو تستعمل أو تعرض للبيع أو للخزن أو للحفظ في ذلك المصنع أو المستودع أو المرفق .

٥. التلاعب بأي ختم أو دمغة أو علامة أو تقرير أو شهادة تستعملها المؤسسة أو صادرة عنها .

٦. التلاعب بأوزان المنتجات أو المواد أو أحجامها .

٧. طرح أو عرض مواد غير مطابقة للقواعد الفنية في الاسواق أو المحال التجارية .

٨. التلاعب بالمعلومات الواردة على بطاقة البيان ، والقيام بطباعة عبوات أو بطاقات بيان مقلدة أو مزورة .

٩. تدوين أي عبارة على بطاقة البيان توحي بأنها مطابقة للمواصفات

القياسية ، أو للقواعد الفنية ، دون الحصول على موافقة خطية من المؤسسة أو الجهة ذات العلاقة .

١٠. خداع المستهلك أو غشه من خلال الاعلان المضلل عن المنتجات ، أو المواد التي ينتجها أو يستوردها أو يعرضها للبيع ، وخلط المحروقات ، وما شابه ذلك من أعمال .

ب. يعاقب بعقوبة التزوير الجنائي المنصوص عليها في قانون العقوبات : كل من زور أي دمغة أو ختم أو علامة أو شهادة ، أو قلد ختماً تستعمله المؤسسة لغايات تطبيق أحكام هذا القانون وأي نظام صادر بمقتضاه ، أو استعمل دمغة أو علامة أو شهادة أو ختماً مزوراً أو مقلدا .

ج . كل من خالف أحكام الفقرة (أ) من المادة (١٦) والمادتين (١٧) و (٢٢) من هذا القانون يعاقب بغرامة لا تقل عن مائة دينار ولا تزيد على ألف دينار [1] .

د . يحق للمؤسسة نشر أسماء المحكومين في وسائل الإعلام المختلفة .

---

[1] الفقرة (أ) من المادة (١٦) تنص على :" تطبق القوانين الفنية على المنتجات المحلية والمستوردة المماثلة دون تمييز غير مبرر ، ولا يجوز استيراد أي منتج أو مادة الى المملكة أو انتاجها أو بيعها أو عرضها للبيع أو تداولها بأي شكلٍ آخر في المملكة ، ما لم تكن مطابقة للقواعد الفنية المتعلقة بذلك المنتج أو المادة ، وتنص المادة (١٧) على :" أ . على الوزارات والدوائر الحكومية والمؤسسات الرسمية العامة والمجالس البلدية والمحلية التقيد بالقواعد الفنية ، وذلك عند قيامها بأعمالها ومشاريعها وفي شروط العطاءات الخاصة بها وفي مشترياتها من المنتجات والمواد . ب . تكون الشركات والمؤسسات الصناعية مسؤولة عن التقيد بالقواعد الفنية فيما يتعلق بالسلع التي تنتجها ، والمواد المستخدمة فيها وطرق الانتاج. ج. على جميع الشركات والموسسات الصناعية والتجارية التقيد التام بالقواعد الفنية المعتمدة في مجال المحافظة على البيئة والصحة والسلامة المهنية .ونصت المادة (٢٢) على أنه :" لا يجوز استعمال وحدات قياس غير وحدات القياس القانونية المعتمدة في المملكة .

المطلب الثاني : التدابير الاحترازية لحماية المستهلك في مرحلة التسويق .

لبيان التدابير الاحترازية لحماية المستهلك في مرحلة التسويق، سأبين المقصود بالتسويق في المفهوم الإسلامي، والطرق التي يتم فيها تسويق السلع وضوابطها .

أولاً : المقصود بالتسويق :-

- في المفهوم الإسلامي :

إتجاه إداري يحكم الأنشطة التسويقية المختلفة، ويقوم على أساس الأحكام والتعاليم الشرعية، ويسعى لتحقيق مقاصد الشريعة من خلال تحديد الحاجات الإنسانية الحقيقية، ثم السعي للوفاء بها وفقاً لأولويات المجتمع وظروفه، مع تحقيق التوازن بين مصلحتي المستهلك الفرد والمجتمع على المدى الطويل، والمحافظة على باقي الاهداف الاقتصادية للنشاطات في الحدود الشرعية، وبوسائل مباحة[١] .

والناظر في هذا المفهوم للتسويق يلاحظ فيه اعتبارات عدة منها[٢]:-

١) تحقيق مقاصد الشريعة بوسائل مادية متطورة ومواكبة للظروف الاقتصادية والحضارية للمجتمع المسلم .

٢) إبراز وتأكيد دور القيم التي تعتبر أهم وأبرز العوامل البيئية المؤثرة في التسويق في مفهومه الإسلامي .

---

(1) عقوب التسويق في الاقتصاد الإسلامي ، ص٢٢، ويؤخذ على هذا التعريف أنه تعريف للشيء بنفسه عندما قال :"الأنشطة التسويقية المختلفة " .

(2) المرجع السابق ، ص٢٣.

٣) تحقيق المصلحة الدنيوية (المادية) لكل أطراف العملية التسويقية في توازن واعتدال ، وهو المشار إليه بالقول (الأهداف الاقتصادية) أي الأرباح ولكن في حدود المعقول، والوفاء بالحاجات والرغبات للمستهلك والمصلحة العامة والرفاهية للمجتمع .

٤) المحافظة على المصلحة لكل أطراف العملية التسويقية من خلال ضرورة الالتزام بالمشروعية في كل جوانب التسويق ، وأنشطة وأعمال منظماته المختلفة، إذ لا يمكن الاستغناء عن هذه الركيزة الهامة والأساسية مهما كانت الظروف، وإلا فقد التسويق الإسلامي أهم محتوياته وخصائصه .

٥) توسيع النشاط التسويقي وتعميقه أخذاً بالأسباب المشروعة وعملاً بقاعدة : "الاصل في المعاملات الإباحة "، مع استخدام كل الترتيبات والتنظيمات الإدارية والفنية لتحقيق أكبر قدر ممكن من الاهداف الإسلامية في كل الظروف والملابسات بناء على أن ما لا يتم الواجب إلا به فهو واجب، وملاءمة الظروف والإمكانات وفقاً للقاعدة الفقهية: " لا ينكر تغير الأحكام بتغير الأزمان" (١) ، ليواكب التسويق الاسلامي الظروف والتطورات الحياتية .

- **في المفهوم الاقتصادي :-**

يعرف التسويق بأنه :" نشاط إنساني يهدف إلى اشباع الحاجات والرغبات من

(١) الزرقاء، شرح القواعد الفقهية، دار القلم، دمشق،ط٥، ١٤١٩ هـ - ١٩٩٨م ، ص٢٢٧ - ٢٢٨

خلال عملية المبادلة " [١].

والناظر في هذا التعريف يجد أنه يحتوي على عناصر ، أهمها[٢] :

١) أن التسويق نشاط انساني يرتبط بوجود الأفراد وسلوكهم .

٢) أن الاشباع يتم عن طريق المنتجات التي تقدمها المنشأة للسوق ، والمتمثلة بالسلع والخدمات والأفكار .

٣) أن الاشباع يتم من خلال عمليات التبادل الضرورية لتحويل السلع والخدمات والافكار الى شيء له قيمة .

٤) أن التبادل يجب أن يتم من خلال بعد زماني وبعد مكاني يمثل السوق .

ومن أهم الفروق بين التسويق بالمفهوم الاسلامي والتسويق الاقتصادي : أن الأول وضع اعتبارا للقيم الاخلاقية ، وركز على البعد الديني والأخروي في عملية التسويق ، أما الآخر فركز على اشباع الحاجات الدنيوية فقط .

ثانياً : الطرق التي يتم فيها تسويق السلع ، وبيان التدابير الاحترازية لحماية المستهلك فيها.

أ . طريقة الترويج للسلعة :

يعرف الترويج للسلع بأنه: نشاط تسويقي ينطوي على عملية اتصال إعلامي وإقناعي ، يتم من خلالها التعريف ببضاعة أو خدمة أو فكرة أو مكان أو شخص أو نمط سلوكي معين، بهدف التأثير على أفراد معينين لاستمالتهم السلوكية إزاء

---

(1) علي ، محمد أمين، أسس التسويق ، عمان ، مؤسسة الوراق ،ط١ ،ص ٢٥.

(2) المرجع السابق ص ٢٦ .

ما يروَج له[١]. ومن أهداف عملية الترويج [٢]:

– تعريف المستهلكين بالسلع والخدمات الجديدة وعلاماتها وخصائصها ومنافعها.

– تدعيم المواقف الإيجابية للمستهلكين الحالية حول السلعة ، بهدف الاستمرار في شرائها .

– تغيير الاتجاهات والآراء والأنماط السلوكية السلبية للمستهلك في الأسواق المستهدفة نحو البضاعة أو الخدمة المطروحة .

– تذكير المستهلكين من وقت لآخر بالسلعة أو الخدمة وأهميتها، والمحافظة على مواقفهم الإيجابية ؛ وذلك بهدف تعميق درجة الولاء النسبي نحو العلامة التجارية.

ولكي تحقق العملية الترويجية أهدافها يجب أن تتم ضمن شروط وضوابط ، تكون بمثابة تدابير احترازية لحماية المستهلك وهي [٣] :-

أولاً : الترويج لما هو مباح شرعاً :

يقوم المنهج الإسلامي على أساس الغاية لا تبرر الوسيلة فلا تكون الوسيلة المباحة مفضية إلى حرام ، وهذا ما قرره العلماء؛ قال ابن القيم :" لما كانت المقاصد لا يتوصل إليها إلا بأسباب وطرق تفضي إليها، كانت طرقها وأسبابها تابعة لها معتبرة بها؛ فوسائل المحرمات والمعاصي في كراهتها والمنع منها بحسب إفضائها إلى غاياتها وارتباطها بها، ووسائل الطاعات والقربات في محبتها والإذن بها بحسب إفضائها إلى غاياتها، فوسيلة المقصود تابعة للمقصود، وكلاهما

---

[1] توفيق والمعلا ، أصول التسويق ، ص٢٩٨ .

[2] المساعد، التسويق الشامل ، ص٣٢٧، وعقوب، التسويق في الاقتصاد الإسلامي ، ص١٤٣-١٤٤.

[3] عقوب ، التسويق في الاقتصاد الإسلامي ، ص١٧٣ – ١٧٦ .

مقصود، لكنه مقصود قصد الغايات، وهي مقصودة قصد الوسائل" [١] . ولهذا كان تضمن الوسائل الترويجية لما هو مباح شرعاً تدابير احترازيه تحمي المستهلك؛ فلا يلجأ المروج إلى خداع المستهلك والتدليس عليه مبرراً أنه يروج للسلعة، فالبيع المشروع والمباح لا بد وأن تكون الطرق الموصلة إليه مشروعة ومباحة، وبهذا التدبير تتوفر الحماية للمستهلك .

ثانياً : الوفاء بما تم الوعد به عند الترويج .

تتضمن وسائل الترويج المختلفة غالباً وعوداً مشجعة للزبائن والمشترين على الشراء والاستمرار عليه، ومن هنا ؛ وجب أن يلتزم المروج المسلم بآداب الاسلام وأخلاقه التي تحضه على الوفاء بالوعد بقوله تعالى : " يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوٓاْ أَوْفُواْ بِٱلْعُقُودِ "[٢] ، فقد أمر الله سبحانه وتعالى بالوفاء بالعقود والعهود ، وهما كل ما ألزم به المرء نفسه، والوعد من ذلك فدلت الآية على وجوب الوفاء بهم[٣].فالمروج إذا وصف سلعة ما بأوصاف تجعل المستهلك يقدم على اقتنائها ، عليه الالتزام في ترويجه بما وعد المستهلك من أوصاف فيها، فلا يشعر المستهلك أنه خدع أو غرر به، ولذا كان إلزامه بالوفاء بالوعد تدبيراً احترازياً لمواجهة الخطر المحتمل عند شرائه للسلع المروج لها .

---

(1) ابن القيم، إعلام الموقعين، ١٣٥/٣، وانظر نحوه، القرافي ، الفروق، ٣٣/٢.

(2) سورة المائدة ، آية (١) .

(3) القرطبي ، الجامع لأحكام القرآن ، ٦ / ٣٣ .

ثالثاً : اجتناب المُرَوِّج لكل الوسائل المؤدية إلى الربا في ترويجه :

إن الله سبحانه وتعالى قد حرم الربا، وهذا يعني تحريم كل الوسائل المؤدية إليه مهما كانت ثمرتها في ترويج السلع والخدمات[١] ، وهذا التحريم تدبير احترازي لمنع الوقوع في جريمة الربا .

رابعاً : اجتناب المروِّج للميسر بصوره القديمة والحديثة في ترويجه :

والميسر اتفاق بين طرفين يتعهد فيه كل منهما أن يقدم إلى الآخر مبلغاً من النقود، أو عوضاً مالياً آخر، يتفق عليه إذا حدثت واقعة معينة اتفق عليها ، والميسر قد يكون قماراً أو رهاناً، وقد ثبت تحريمه في المعاملات تحريماً قاطعاً [٢] ، قال تعالى: " يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَامُ رِجْسٌ مِنْ عَمَلِ الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ "[٣].

فمنع أوراق اليانصيب التي انتشر استخدامها كوسيلة من وسائل الترويج للسلع والخدمات ، تدبير احترازي لحماية المستهلك ، ومنع الإضرار به، ولذا كان اجتناب الميسر بكل صوره في العملية الترويجية تدبيراً احترازياً يحمي المستهلك

خامساً : المحافظة على الأخلاق والآداب العامة في المعارض التجارية.

والتي تعتبر وسيلة من وسائل ترويج السلع والخدمات ، فإذا ترتب عليها ضرر في عرضها أو الإعلان عنها، أو أنها كانت تؤدي إلى منكر آخر كاختلاط غير

---

(1) عقوب ، التسويق في الاقتصاد الإسلامي ، ص١٧٤ ، بتصرف .

(2) القرطبي، الجامع لأحكام القرآن ، ٩٤/٦ ، وابن تيمية ، مجموع الفتاوى ، ٢٢٠/٣٢،وابن حجر ،فتح الباري ،٤٥١/٤-٤٥٢.ومن صور الميسر الحديثة ما اصطلح على تسميته : (Biznas) ، وهو تجارة الكترونية متعلقة بشبكات الانترنت ، حيث يدفع المشترك مائة دولار ويحصل على موقع ، دون وجود فائدة حقيقية أو جهد يذكر ، وكلما احضر آخرين للاشتراك في البرنامج ، يعطى ارباحاً أكثر .

(3) سورة المائدة ، آية ٩٠ .

منضبط أو تضيع للصلاة ، أو إخلال في أخلاق البيع والتعامل ، أو انها اعتمدت على الدعايات والإعلانات الكاذبة في الترويج ، فتُمنع أو يحافظ علــى الاخــلاق والمباديء العامة (١) .

وهذا المنع من إقامة المعارض عند وجود الضرر منها؛ تدبير احترازي يــصار إليه لأجل حماية المستهلك واستقرار أموره الدينية والدنيوية .

ب . طريقة الإعلان عن السلع :

يعرف الإعلان بأنه :" عملية اتصال إقناعي تستهدف إحداث تغيير ذهني بقــصد تحقيق استجابة سلوكية في الاتجاه الذي يبغيه المعلن " (٢) .

وعُرف أيضاً : " بأنه وصف بأسلوب مباح لــسلعة أو منفعــة مباحــة بغــرض ترويجها بوسائل نشر عامة ، وقد يكون نظير مبلغ معين يدفعه المعلن ". (٣)

وأما التدابير الاحترازية لحماية المستهلك في هذا المجال (٤) : -

أولاً : أن يكون الإعلان صادقاً، وذلك بتحقيق ما يلي :

- تجنب الكذب في الإعلان ، أو العــرض بخــلاف الحقيقــة، قــال تعــالى : "إِنَّمَا يَفْتَرِي ٱلْكَذِبَ ٱلَّذِينَ لَا يُؤْمِنُونَ بِـَٔايَـٰتِ ٱللَّهِ وَأُوْلَـٰٓئِكَ هُمُ ٱلْكَـٰذِبُونَ " (٥).

ويدخل في اجتناب الكذب أن تكون طرق إثبات الــدعوه الإعلانيــة موضــوعية

---

(1) عقوب ، التسويق في الاقتصاد الإسلامي ، ص١٦٢ – ١٦٣ بتصرف .

(2) توفيق ومعلا، أصول التسويق ، ص٣١٤ .

(3) طحان، بيان محمد، دراسة اقتصادية للإعلان في الاقتصاد الإسلامي، رسالة ماجستير غير منشورة ، في الاقتصاد الإسلامي، جامعة أم القرى كلية الشريعة، مكة المكرمة،١٤١٩هـ – ١٩٩٠م ص٣٠ .

(4) عقوب، التسويق في الاقتصاد الإسلامي، ص١٥٠ – ١٥١.

(5) سورة النحل ، آية ١٠٥ .

ومطابقة لحقيقة المعلن عنه ، وبعيده عن المبالغة، وأن لا يتلاعب بتاريخ الإنتــاج والصلاحية المعلن على السلع أو نحوه [١].

- تجنب كافة ألفاظ المدح والثناء التي يصعب ضبطها وإثباتهــا، وذلــك نحــو: الأفضل، الأقوى، لذيذ، ... [٢] ، فهي غير قابلة للقياس والإثبات من عدمه لأنهــا نسبيه .

يقول الغزالي: " فإن وصف السلعة بما ليس فيها فهو كذب، فإن قبل المشتري فهو تلبيس ظلم مع كونه كذباً، وإن لم يقبل فهو كذب وإسقاط للمروءة إلا أن يثني على السلعة بما فيها مما لا يعرفه المشتري ما لم يذكره له، كمن يصف ما خفي مــن أخلاق العبيد والجواري والدواب فلا بأس بذكر القدر الموجود فيه من غير مبالغة وإطناب وليكــن قصده منه أن يُعرِّفه أخوه المسلم فيرغب فيه وتنقــضي بــسببه حاجته " [٣].

- تجنب استخدام الحيل والمعاريض ، والحيل هي:" إظهار أمر جائز ليتوصل به إلى أمر محرم يبطنه ، وهذه هي الحيلة المحرمة التي يتوصل بها إلى المحرم[٤] ، وضابط ما يحرم استعماله من الحيل: أن كل ما أدى إلى العبث بمقاصد الــشريعة من إسقاط الواجبات أو تحليل المحرمات، أو ينقض مصلحة شرعية فهو من الحيل

---

[1] طحان، دراسة اقتصادية للإعلان ، ص٢٦، وعناية، غازي، ضوابط تنظيم الاقتصاد في السوق الإسلامي، دار النفائس بيروت، ط١، ١٤١٢هـ-١٩٩٢م، ص١٠١ ، وراغب، أثر القيم والمعتقدات الإسلامية،ص٣٤٠ .

[2] طحان ، دراسة اقتصادية للإعلان، ص٨٠ .

[3] الغزالي ، أحياء علوم الدين، ٩١/٢ – ٩٢ .

[4] ابن القيم ، إعلام الموقعين، ٣ / ١٦٠ .

المحرمة في الشريعة، وضابط ما يباح منها أن كل ما وجب بيانه فالتعريض فيه حرام، كوصف البضاعة [١].

فالإعلان الصادق والبعيد عن كل أساليب الغش والخداع، يعطي المستهلك الثقة في إقدامه على شراء ما يحتاج من سلع وخدمات ليلبي حاجاته ورغباته، ولـذا كـان صدق الإعلان واشتراط ذلك فيه تدبير احتـرازي لمنـع الإضـرار بالمـستهلك وحمايته واستقرار اموره التجارية وعلاقاته التبادلية.

ثانياً: أن يكون المعلِن ناصحاً للمستهلكين:

فالنصيحة من شعارات الإسلام العظيمه وقاعدة من قواعده المتينه لقوله تعالى : " الدين النصيحة" [٢] .

يقول النووي: " النصح لعامة المسلمين بإرشادهم لمصالحهم في آخرتهم ودنياهم. وترك غشهم وحسدهم وأن يحب لهم ما يحب لنفسه من الخير، ويكره لهم ما يكره لنفسه من الكرب، والذب عن أموالهم وأعراضهم" [٣] .

فنُصح المستهلك بالسلع المراد بيعها تدبير احترازي لئلا يقع المستهلك في ضـرر بعد إقدامه على شراء سلعته .

ثالثاً: أن لا يطعن المعلن في المنتجات المنافسة له :

فعلى المعلن عدم الإضرار بمنافسيه حرصاً منه على الربح وترويج سلعته، لأن

---

[1] ابن القيم ، اعلام الموقعين ، ٢٤٧/٤ ، والشاطبي ، الموافقات ، ٣٨٧/٢ .
[2] مسلم ، صحيح مسلم ،كتاب الإيمان، باب بيان أن الدين النصيحة ، ح ٩٥.
[3] النووي، شرح صحيح مسلم ، ٢ /٢٢٧.

المسلم مأمور بأن يحب لأخيه ما يحب لنفسه، وأن يكره لأخيه ما يكـــره لنفـــسه، ولهذا وجب عليه أن لا يتمنى زوال نعمته أو كساد سلعته.

قال رسول الله صلى الله عليه وسلم : " لا تحاسدوا ولا تباغضوا ولا تدابروا ، ولا يبع بعضكم على بيع بعض، وكونوا عباد الله إخواناً، المسلم أخو المسلم، لا يظلمه ولا يخذله ولا يحقره، التقوى ها هنا، ويشير إلى صدره ثلاث مـــرات، بحـــسب امرىء من الشر أن يحقر أخاه المسلم، كل المسلم على المسلم حرام، دمه ومالـــه وعرضه" [١] .

فإذا لم يطعن المعلن بسلعة المنافس، فإن المستهلك سيقدم على ما يريد من ســـلع وخدمات بمنافسة حرة موضوعية ، فلا يسعى إلى الإيقاع بين متنافس وآخر، بـــل كل منهما قد رضي بما كتب الله له من رزق، ولذا فسيحـــصل المـــستهلك علـــى سلعته مطمئناً مستقراً مرتاحاً حراً وهذا تدبير احترازي لحماية المستهلك من حرية في اختيار السلعة التي يريد وفق قاعدة العرض والطلب.

رابعاً: اجتناب الإعلان عن المحرمات من السلع والخدمات[٢].

فبما أن من ضوابط انتاج السلع ؛ عدم انتاج السلع المحرمة ، فكـــذلك لا يجـــوز اتخاذ وسيلة محرمة للإعلان عن المنتج ، ومن ذلك ما نشاهده في اتخاذ المـــرأة الكاسية في عرض وتقديم الإعلانات ، قال صلى الله عليه وسلم " إن الله إذا حرم

---

[1] مسلم، صحيح مسلم، كتاب الأدب ، البر والصله ، باب تحريم ظلم المسلم وخذله، ح رقم ٢٥٦٤، باب تحريم التحاسد والتباغض والتدابر ،١٩٨٣/٤ .

[2] عقوب، التسويق في الاقتصاد الإسلامي ، ص١٥٢ .

على قوم أكل شيء ، حرَّم عليهم ثمنه" [١] ، فضبط الإعلان في الحلال من السلع والخدمات تدبير احترازي لمنع الإعلان عن المحرمات منها ، واتخاذ الوسائل المباحة للاعلان عنها ، لأن الوسائل تأخذ حكم المقاصد ، وهذا الحصر للسلع والخدمات يحمي للمستهلك من كل ما يضر به في أموره الأخروية والدنيوية ، ففي الأخروية يبتعد عن النار بتجنبه للإثم المترتب على ارتكاب ما نهى الله عنه، وفي الدنيوية، بحفظ نفسه من السلع التي يترتب عليها ضرر صحي ، فهذا التدبير كان لتهيئة حياة مستقرة ومريحة للمستهلك .

أما في القانون : فتعتبر الدعاية والإعلان التجاريين خير وسيلةٍ لتسويق السلع ، والخدمات ، وحث المستهلكين على اقتناء سلعة ، أو خدمة محددة بذاتها ، حيث يلجأ إليها المنتجون والتجار كأسلوب للمنافسة التجارية بينهم، لكسب أكبر عدد من الزبائن ، وتوسيع قاعدة مستهلكي السلعة الواحدة أو طالبي الخدمة [٢].

ولأهمية هذه الوسيلة التسويقية ؛ حدد المشرع الفرنسي جزاءات تفرض على من يخل بالعملية الدعائية ، والتي أصبحت إحدى الضرورات الأساسية في النشاط الاقتصادي ، وهي [٣] :

١- الحبس لمدة تتراوح ما بين الثلاثة اشهر والثلاث سنوات .

---

[1] أخرجه أبو داود ــ سنن أبي داود ، كتاب الإجارة، باب ثمن الخمر والميته ، ح رقم (٣٤٨٨) ، ٢٨٠/٣ ، وأحمد ، المسند ح رقم (٢٢٢١) ،٢٤٧/١ .

[2] جريمة الدعاية التجارية الكاذبة، نائل عبد الرحمن صالح، مجلة دراسات الجامعة الأردنية، المجلد الحادي عشر، العدد الثالث، تشرين أول ١٩٨٤، ص٢٢١ .

[3] صالح، حماية المستهلك في التشريع الأردني ص ٢٢١ .

٢- الغرامة المالية ، ويترك امر تحديد مقدارها للقاضي ، بحيث تتناسب مع اهمية الاعلان والمركز التجاري المعلن .

٣- ايقاف بث الاعلان التجاري الكاذب مباشرة ، واجبار المعلن ، ووكيل الدعاية نفقات نشر اعلان جديد ، يتضمن تصحيح الاعلان السابق .

٤- منع وكيل الدعاية الذي اسهم في بث الاعلان الكاذب من مزاولة المهنة لمدة محددة ، وفي حالة التكرار الجُرمي ؛ منعه بصفة دائمة من مزاولة هذا النوع من النشاط المهني التجاري .

٥- نشر مضمون الحكم في وسائل الإعلان المختلفة وعلى نفقة المحكوم عليه .

كما نص قانون المواصفات والمقاييس الأردني على اعتبار الدعاية الاعلانية الكاذبة؛ جريمة تستحق العقاب [(١)] .

ج . طريقة التوزيع للسلع والخدمات :

التوزيع: عملية إيصال المنتجات (السلع و الخدمات) إلى المستهلك النهائي أو المشتري الصناعي، وذلك عن طريق مجموعات الأفراد ، والمؤسسات التي يتم عن طريقها إنشاء المنافع الزمنية والمكانية والحيازية للسلع -[(٢)] .

والتدابير الاحترازية لحماية المستهلك في هذا المجال هي :

أولاً : تنظيم أعمال الوساطة التجارية :

وهذه المسؤولية ملقاة على عاتق الجهات الحكومية القائمة بوظائف جهاز الحسبة،

[(1)] مادة (٣١) فقرة (أ) جزء (١٠) .

[(2)] توفيق ومعلا ، أصول التسويق ، ص٢٢٩ ، بتصرف .

فعلى الدولة أن تتدخل في تنظيم هذا النشاط، من خلال تفعيل دور المحتسب على الدلالين، وقد وضع الفقهاء هذا الأساس لأعمال الوساطة التجارية [١] ، حيث يقرر ابن الأخوة في معالم القربة أنه :" ينبغي أن لا يتصرف أحد من الدلالين حتى يثبت في مجلس المحتسب ممن يقبل شهادته من الثقات العدول من أهل الخبرة أنهم أخيار ثقاة من أهل الدين، والأمانة، والصدق في النداء، فإنهم يتسلمون بضائع الناس، ويقلدونهم الأمانة في بيعها، ولا ينبغي لأحد منهم أن يزيد في السلعة من نفسه إلا أن يزيد فيها التاجر، ولا يقبض ثمن السلعة من غير أن يوكله صاحبها في القبض ... ، وذكر طائفة من أحكام هؤلاء الدلالين وما يفعلونه من حيل وخدع وما ينبغي مراقبتهم فيه، ثم قال :

"وعلى المحتسب أن يعتبر عليهم كل ذلك، ويأخذ عليهم أن لا يتسلم جعالته إلا من يد البائع، ولا يسقط عند المشتري شيئاً فإن فيهم من يواطئ المشتري على جعالته فوق ما جرت به العادة من غير أن يعلم البائع بشيء من ذلك وهذا كله حرام "[٢].

ثانياً : تقليل عدد الوسطاء في عملية التوزيع[٣] :

حرص الإسلام على تأكيد هذا التدبير الاحترازي لحماية المستهلك ، وذلك في

---

[1] عقوب ، التسويق في الاقتصاد الإسلامي ، ص١٩٩ .
[2] ابن الاخوة، معالم القربة في أحكام الحسبة،ص١٨٤ – ١٨٥ وابن بسام، نهاية الرتبة ،ص٢٧٥-٣٧٦.
[3] عقوب ، التسويق في الإقتصاد الإسلامي ، ص١٩٦ .

قوله صلى الله عليه وسلم : " لا تلقوا الركبان، ولا يبع حاضر لباد" [١]، ونهيه صلى الله عليه وسلم عن التلقي يحقق أمرين في مصلحة المستهلك ، وهما :

١) تقليل التكاليف وخاصة تكاليف التسويق ، فيؤدي لخفض الأسعار ، وهو هدف في حد ذاته يصب في مصلحة المستهلك .

٢) استبعاد العناصر غير المنتجة التي يمكن اعتبارها (طفيلية) على عملية الإنتاج ، وتوجيه الطاقات كلها إلى الأعمال المنتجة التي تحقق الكفاءة الإنتاجية والاقتصادية، ولأن المتلقي بتوسطه بين الجالب والمستهلكين قد ألحق الضرر بهم جميعاً ، أما أصحاب السلع المجلوبة، لانه بتلقيه لهم ربما عرَّض لهم بانخفاض السعر وكساد بضاعتهم ؛ ليشتري منهم برخص فيكون قد بخسهم بعض حقهم. وأما المستهلكون : فيرفع سعر السلعة وينفرد ببيعها، وهذا ظلم، وهذا تدبير احترازي لحماية المستهلك عند توزيع السلع والخدمات .

ثالثاً : اجتناب صور التدخل غير المشروع [٢]:

هذا النوع من التدابير الاحترازية لحماية المستهلك له صور متعددة منها:-

١) تحريم بيع التاجر على بيع الآخر، وذلك لقوله – صلى الله عليه وسلم : " لا تحاسدوا ولا تباغضوا ولا تدابروا ولا يبع بعضكم على بيع بعض.... ، واعتبر

---

[1] أخرجه البخاري ، صحيح البخاري، كتاب البيوع، باب هل يبع حاضر لباد بغير أجر، ح رقم (٢٠٥٠)،٧٥٧/٢ ، ومالك ، الموطأ ، باب النهي عن المساومة ، ح رقم (١٣٦٦) ٦٨٣/٢ ، والنسائي ، السنن ، باب النهي عن المصراة ، ح رقم (٤٤٨٧) ٢٥٣/٧ ، وابو داوود ، السنن ، باب من اشترى مصراة فكرهها ، ح رقم (٣٤٤٣) ، ٢٧٠/٣.

[2] عقوب ، التسويق في الاقتصاد الإسلامي ، ص١٩٧ –١٩٨.

العلماء هذا البيع من كبائر الذنوب ، ومثله الشراء على الشراء، فمحرم أيــضاً ؛ لأنه في معنى المنهي عنه، والحكمة من النهي عنه ما تضمنه من الضرر العظيم بالغير بإفساد بيعه أو شرائه، إذ ربما يختار العاقد الأخير نقض البيع فيفسد علـــى البائع والمبتاع بيعه[1]. مما قد يكون سبباً للعداوة والبغضاء والكراهية التي يتوصل إليها جراء التدخل بينهما بطريق غير شرعي .

٢) النهي عن بيع الحاضر للبادي ، لأن الوسيط الحاضر بتوليه البيع للبادي يحرم الناس من شرائها بالرخص، إذ سيبيعها بسعر البلد، وهذا فيه تضييق عليهم، فقد قال –صلى الله عليه وسلم– في ذلك : "دعوا الناس يــرزق الله بعــضهم مــن بعض"[2].

٣) النهي عن النجش ، ثبت عن النبي – صلى الله عليه وسلم– أنـــه نهـــى عـــن النجش، فدخول هذا الوسيط (المزايد الصوري) في عملية البيع يؤدي إلى وصول السلعة إلى سعر هي لا تساويه في حقيقة الأمر، ويُعرف هذا بالسمسرة في أسواق اليوم لكثرة انتشاره دون نكير[3].

ولذا كان التدخل غير المشروع سبباً في ايجاد عدم الاستقرار والاطمئنان عند المستهلك ومنع التدخل كان سبباً في حماية المستهلك وتدبيراً احترازياً لإعطائه

---

(1) ابن قدامه المغني، ٢٣٥/٤ ، الباجي ، المنتقى ، ١٠٠/٥.

(2) أخرجه مسلم ، الصحيح ، ح رقم (١٥٢٢) ، ١١٥٧/٣ ، وابن حبان ، الصحيح ، ح رقم (٤٩٦٤) ، ٣٣٨/١١ ، وابن ماجه ، السنن ، ح رقم (٢١٧٦) ٧٣٤/٢ ،والترمذي في سننه ، ح رقم (١٢٢٣) ، ٥٢٦/٣ ، وأحمد ، المسند ، ح رقم (١٤٣٧٩) ٣١٢/٣ .

(3) عقوب ، التسويق في الاقتصاد ، ص١٩٨ .

الاستقرار في علاقاته التجارية وبالتالي يحصل له الرضا بما يقوم به من تصرفات وعقود.

وقد اتفق القانون مع الشريعة الاسلامية على أهمية ضبط وسائل تسويق ، وتوزيع المنتجَات ، ولكن دائرة الشريعة فيها كانت أوسع ، ونظرتها أشمل ، فضوابط الترويج ، والاعلان ، والتوزيع في الشريعة ، أكثر دقة ، وأعم مصلحةً [١].

المبحث الثاني : التدابير الاحترازية لحماية المستهلك عند إبرام العقد :

تتمثل التدابير الاحترازية لحماية المستهلك عند إبرام العقد، بما يتعلق بالمستهلك من حماية لرضاه ، وبما يحقق هذا الرضا له وذلك بتزويده بالمعلومات حول السلع التي يتم التعاقد عليها، وهذه التدابير سأبحثها في المطالب التالية :

المطلب الأول : التدابير الاحترازية لحماية المستهلك المتعلقة بالرضا .

يشترط في العقد ارتباط إرادتين (إيجاب وقبول) ، بحيث يصل هذا القبول إلى علم الشخص الذي صدر عنه الإيجاب ولا عبره بمن صدر عنه الإيجاب – سواء أكان بائعاً أم مستهلكاً – إذ أن الأساس هو أن يقترن هذا الإيجاب بقبول من الطرف الآخر [٢].

وفي هذا الاتجاه ؛ نصت المادة (٩٠) من القانون المدني الاردني على أن الرضا: عبارة عن ارتباط الإيجاب بالقبول ، مع مراعاة ما يقرره القانون فوق ذلك

---

[1] الطحان ، دراسة اقتصادية للاعلان ،ص ٨٠ ،عقوب ، التسويق في الاقتصاد الاسلامي ، ١٥٠-١٥١ .

[2] عمران ، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد، ص١٥، وصالح ، حماية المستهلك ، ص٣٠.

من أوضاع معينة لانعقاد العقد ؛ بالمقابل اذا لم يكن الرضا صحيحاً وصادراً ممن هو أهلٌ له ، ومنزهاً عن العيوب التي تشوب الارادة ، فإن ذلك يعطي الطرف الذي تعيبت إرادته ان يطلب إبطال العقد " [١].

ويشترط في عقد الاستهلاك وفقاً لقواعد القانون المدني ، كما هو الحال في كافة العقود ، ارتباط ارادتين إيجاب وقبول ، بحيث يصل هذا القبول إلى علم الشخص الذي صدر عنه الإيجاب ، ولا عبرة لما صدر عنه الإيجاب سواء أكان بائعاً أم مستهلكاً، والأساس أن يقترن هذا الإيجاب بقبول من الطرف الآخر ، ونُصَّ على ما سبق في المواد (٩٠-١٠٧) من القانون المدني الأردني ، وفي كافة الأصول يجب لانعقاد عقد الاستهلاك اتفاق الطرفين على الثمن والمحل [٢].

وهذا محل اتفاق بين الشريعة والقانون في اشتراط قاعدة الرضا للعاقدين ، وجواز بعض عقود الاذعان [٣] .

فإذا اتبع التجار والمنتجون عدة أساليب للإعلان عن السلع التي يرغبون في بيعها، فهل هذه الأساليب تشكل إيجاباً من جانبهم ؟ [٤] .

إن عرض السلع وبيان أسعارها في واجهة المحلات التجارية تشكل إيجاباً صريحاً

---

(1) صالح ، حماية المستهلك في التشريع الاردني ، ص٣٠ .

(2) ابو السعود ، رمضان محمد ، مبادئ الالتزام في القانون المصري واللبناني ، الدار الجامعية ، بيروت ١٩٨٤ م ، ص٤٨، والناهي ، صلاح الدين ، الوجيز ، ص ٤٢.

(3) عقد الاذعان : "هو العقد الذي يقدم أحد أطرافه لجمهور المستهلكين ، مشروع عقد لمن شاء أن يقبله ، أو يرفضه ، دون مناقشة أحكامه " صالح ، حماية المستهلك ، ص٣٦ . ومن الأمثلة عليه : عقد النقل ، حيث لا تناقش أجرة نقل البضائع التي توجبها شركات النقل أو السكة الحديدية ، السنهوري ، عبدالرزاق ، الوسيط ،١/ ٢٢٩ . صالح ، د. نائل صالح ، حماية المستهلك ،ص ، ٣٥-٥٠ .

(4) السنهوري،عبد الرزاق أحمد، الوسيط في شرح القانون المدني، ٤/٤٧، مرقس ، سليمان ، العقود، ص٥٨

من جانب البائع، حيث إن هذا الأسلوب يدل علـــى أن التـــاجر يريـــد أن يبيـــع بضاعته بالثمن المعلن عنه ، وهذا الإعلان ملزم للتاجر، إذ ينعقد البيع بين التاجر والمستهلك الذي صدر عنه القبول ما دام أنه لم يعدل عن عرضه من خلال سحب البضاعة من واجهة المحل أو بتعديل الثمن المدون عليها [١] .

فإذا كانت السلع المراد شراؤها مشابهة للسلعة المعلن عنها في واجهة المحـــل ، في متناول يد جمهور المستهلكين يجوز لهم شـــراء كامـــل الـــسلع مـــن النـــوع المعروض، إن أدى إلى استنفاد كامل الكمية إلا إذا كان التاجر قـــد تحفـــظ فـــي عرضه حول الكمية التي يرغب في بيعها لكل شخص، وبالمقابل إذا لم تكن السلعة المعلن عنها في متناول يد المستهلكين ، فإن التاجر غير ملزم بتسليم السلع غيـــر المعروضة في واجهة المحل[٢] .

أما بالنسبة للإعلان عن السلع بواسطة الصحف ، والنشرات المختلفة فـــإن ذلـــك يشكل إيجاباً بالمعنى الكامل لأن التاجر يقصد بذلك التعاقد مع المستهلكين الـــذين يصدر عنهم القبول ، فلذلك يجب اعتبار إعلانه ايجاباً صحيحاً وملزماً لـــه، وإلا كان ذلك خرقاً لمبدأ المنافسة التجارية الشريفة وهو السماح له باستغلال إعلانـــه التجاري لتحقيق أرباح على حساب الآخرين[٣].

---

(1) أبو السعود ، رمضان، مبادئ الالتزام في القانون المصري ،ص٧٤،والناهي صلاح الدين،الوجيز الوافي، ص٤٥ .

(2) صالح ، حماية المستهلك ، ص٣١ .

(3) عمران ، حماية المستهلك ، ص١٧-١٨، وصالح ، حماية المستهلك ،ص٣٢ .

وباختصار فإن أي إعلان أو ما يُؤذِن بأنه إيجاب قد صدر من التاجر أو المنتج أي الطرف المقابل للمستهلك في العملية التعاقدية، ولم يصدر ما يوحي بأنه قد أنقص أو ألغى من صفته كإيجاب ، فإن أي مستهلك رأى هذا الإيجاب ورغب في الحاقه بالقبول فإنه لا يحق للمنتج أو التاجر أن يرفض ذلك القبول من حيث المبدأ إلا إذا حصل ما ينقض الإيجاب ويمنعه من الصلاحية للتعاقد ، وهذا تدبير احترازي لحماية المستهلك عند إبرام العقد حتى لا يكون مدعاة لعدم الاستقرار في العلاقات التعاقدية والتجارية وبالتالي خسر المستهلك والمجتمع ككل عنصر الأمن في علاقاتهم وتصرفاتهم التجارية، فيحصل ظلم الناس لبعضهم .

المطلب الثاني : تزويد المستهلك بالمعلومات حول السلع .

إن المستهلك بحاجة إلى معلومات تساعده في تحديد ما يستهلكه من سلع ومساعدته في اتخاذ قرارات الشراء المناسبة، حيث يستطيع من خلال ما يتاح له من معلومات صحيحة أن يقوم بعملية تقييم للسلع أو الخدمات التي تناسبه بشكل أكثر فاعلية، ويستطيع تقدير المنفعة التي تمكنه الحصول عليها من السلع أو الخدمات المتاحة [١]، ومن المعلومات التي تفيد المستهلكين [٢]:

١) بيان كيفية استخدام المنتَج واستعمالاته.

٢) توضيح الآثار السلبية لبعض السلع .

٣) بيان تاريخ الصنع وانتهاء الصلاحية لاستخدام السلعة .

---

[1] عبد الهادي ، إدارة المبيعات وحماية المستهلك ، ص١٩٩ .

[2] الحجار، حماية المستهلك في التشريع الاردني ، ص٢٩ – ٣٠ ، وعبد الهادي إدارة المبيعات ، ص١٩٨.

٤) بيان وزن السلعة وحجمها .

٥) ذكر أسلوب حفظ السلعة وطريقة تخزينها .

٦) بيان الاحتياطات عند استخدام السلعة .

٧) تحديد الأخطار التي يمكن أن تنتج في حال سوء استخدام السلعة وكيفية مواجهتها .

٨) بيان مراكز صيانة السلعةوإصلاحهاوتكاليف ذلك .

٩) وضوح وصدق المعلومات عن السلعة .

١٠) وضوح الأسعار والتركيز على ناحية تثبيت السعر وكتابته بوضوح على السلعة المعروضة للبيع لتساعد المستهلك على اتخاذ قراره الشرائي بشكل سليم .

فتقديم المعلومات الكافية والمحددة والواضحة والدقيقة حول السلع والخدمات تدابير احترازية وإجراءات إصلاحية ووقائية لحماية المستهلك من الأضرار المحتملة والمحققة الوقوع ، ففي ذكرها وبيانها أمنٌ ، واستقرار للمستهلك حتى يتمكن من ممارسة تصرفاته التجارية براحة ويسر واطمئنان .

وتضمنت المادة (٩/أ) من قانون التموين الأردني على انه : يترتب على أصحاب المصانع كتابة السعر للمستهلك بشكل واضح على كل وحدة من منتجاتهم إذا كان السعر محدداً ومدة الصلاحية لتلك الوحدة للاستهلاك البشري ، وأضافت الفقرة من المادة نفسها انه : إذا تعذر وضع السعر المنصوص عليه في الفقرة (أ)

على أية سلعة ، فإنه يترتب على المنتج الطلب من الوزير تحديد الطريقة التي يمكنه من خلالها الإعلان عن أسعار منتجاته .

والزمت المادة العاشرة من قانون التموين أصحاب المحلات التجارية ، وضع الأسعار بصورة ظاهرة ، وواضحة على كل سلعة معروضة للبيع ، سواء أكان سعرها محدداً أم غير محدد ، وإذا تعذر ذلك بصورة عملية بالنسبة لبعض المواد؛ فيترتب عليهم تنظيم كشف بأسعارها وتثبيته في مكان ظاهر قريب من مدخل المحل؛ ليتمكن المستهلكون من الاطلاع عليه بسهولة .

وإذا لم يزود (المنتِج أو البائع) المستهلك بالمعلومات عن السلع ؛ فإنه يرتكب جريمة ، يعاقب عليها البائع أو المنتج بما جاء في المادة (١٦/م) من القانون المدني الأردني ، حيث نصت على :" أنه يعاقب بغرامة لا تقل عن ثلاثين ديناراً ، ولا تزيد على ثلاثمائة دينار ، أو بالحبس مدة لا تقل عن إسبوع واحد ، ولا تزيد على شهر ، أو بكلتا العقوبتين من لم يقم كلياً أو جزئياً بالإعلان عن أسعار أيٍ من المواد ، أو السلع الأخرى المعروضة للبيع في محله ، سواء كانت منتجةً محلياً أو مستوردة ، وسواء كانت محددة السعر أو غير محددة ، وينطبق ذلك على أصحاب المحلات التجارية بالجملة ، ونصف الجملة ، والتجزئة والمطاعم والمصانع ".[1]

---

(1) صالح ، حماية المستهلك في التشريع الأردني ، ص٦٦ .

المبحث الثالث : التدابير الاحترازية لحماية المستهلك بعد إبرام العقد.

تدور التدابير الاحترازية مع المستهلك في كل مرحلة من مراحل تعاقده، سواء كان ذلك قبل العقد أو عند إبرامه أو بعد إبرامه، وذلك حتى تحقق له الحماية المطلوبة والمناسبة، ولبيان التدابير الاحترازية لحماية المستهلك بعد إبرامه للعقد، لا بد من بيان هذه التدابير في حال عدم تنفيذ العقد ، أو سوء تنفيذه ، وبيان ذلك :

المطلب الأول : التدابير الاحترازية لحماية المستهلك من سوء تنفيذ العقد .

إن أساس الحماية للمستهلك في طبيعة العقود التي يبرمها المستهلك مع أي منتج أو صانع أو بائع، هي من العقود الملزمة للجانبين، الأمر الذي ينشأ معه التزامات متقابلة في ذمة كل من المتعاقدين، بحيث يكون كل منهما دائناً ومديناً في ذات الوقت .

ففي عقد البيع، يكون البائع ملتزماً بنقل ملكية المبيع وتسليمه للمشتري، ويكون له الحق في المطالبة بالثمن، وبالمقابل يكون المستهلك (المشتري) ملتزماً بالوفاء بالثمن للبائع، ويكون له الحق بمطالبة البائع بنقل الملكية وتسليم المبيع ضمن الشروط المتفق عليها [١] .

فمن التزامات البائع تجاه المستهلك (المشتري) بأن ينفذ العقد بالشكل وفي المكان والزمان المحددين بالاتفاق، بحيث يتمكن من نقل ملكيته للمستهلك وتسليمه إياه خالياً من أية حقوق للغير ، أو عيوب فيه، وفي حالة عدم تمكنه من تنفيذ هذا

---

[١] الناهي ، صلاح الدين، الوجيز الوافي ، ص١٣١، وأبو السعود، مبادئ الالتزام ص٢٠٣ .

الاتفاق بالشكل المتفق عليه ، يكون للمستهلك الحق بالامتنـــاع عــن أداء الــثمن والمطالبة بالتعويض عن الأضرار التي لحقت به [١] .

ومثل هذا الالتزام الملقى على عاتق البائع باتجاه المستهلك هو دلالة واضحة على ما للتدابير الاحترازية من أثر في حماية الطرف الضعيف من سوء تنفيــذ العقــد وهو المستهلك، لأن عدم الالتزام فيه يعرض المستهلك للغش والخداع والتدليس .

فعند سوء تنفيذ العقد لعيب في السلعة المتفق عليها ، أو الإحجام عن تنفيذ العقد ، لا بد من إيجاد إجراءات وقائية وعلاجية تحفظ حق المستهلك وتحميه، ومن ذلــك تأخير تسليم الثمن إلى بعد تمام العقد حتى يتمكين المستهلك من الــسلعة المتفــق عليها باستلامها، وللمستهلك الحق برد ما اشتراه واخذ قيمته من البائع في الحالات السابقة.

ومن أقوال الفقهاء في التدابير الاحترازية لحماية المستهلك عند سوء تنفيذ العقد ما جاء في قولهم :" وللمشتري في الأحوال التي يكون فيها الخبز مخالفاً للمواصفات بأن لم تجر غربلته أو وجدت فيه حجارة إرجاع ما اشتراه وأخذ قيمته من البائع، ويجب على المحتسب أن يأمر الخباز والفران والبائع بالتصدق بهذا الخبز الــذي يكون على هذه الشاكله، وله حق حبسه مع هذا التصدق، وكذلك له حق إخراجــه من السوق ومنعه من مزاولة المهنة لفترة محـــــــددة او مطلقاً، لأن هذا قديحــة

---

[1] صالح، حماية المستهلك في التشريع الأردني ، ص١١١ .

فيه" [١]، فالأمر بالتصدق بالخبز المغشوش، أو الحبس مع التصدق، أو الإخـــراج من السوق ومنعه من مزاولة المهنة لفترة، تـــدابير احترازيـــة لمنـــع الإضـــرار بالمستهلك وحمايته من الجرائم المحتملة الوقوع عليه، وفيها منع لتكـــرار الغـــش والخداع له .

المطلب الثاني : التدابير الاحترازية لحماية المستهلك عند عدم تنفيذ العقد .

إن عدم تنفيذ التاجر أو المنتج للعقد مع المستهلك، يعطيه الحق في عدم الوفاء بالتزامه في دفع الثمن، ما دام البائع لم ينفذ التزامه التعاقدي والذي يتمثل بتسليم البضاعة أو أداء الخدمة [٢].

أما إذا كان المستهلك قد دفع الثمن من البداية، ولم يقم البائع بتنفيذ ما اتفق عليـــه، فإن للمستهلك الحق في أن يلجأ للقضاء ويطلب من البـــائع أو الـــصانع أو مقـــدم الخدمة أن يرد عليه الثمن[٣] .

وفي هذا الاتجاه ؛ نصت المادة (٣٥٥) من القانون المدني الأردني على أنه :

١- يجبر المدين بعد إعذاره على تنفيذ ما التزمه تنفيذاً عينياً متى كان ذلك ممكناً.

٢- على انه إذا كان في التنفيذ العيني إرهاق للمدين ، جاز للمحكمة بناء على طلب المدين أن تقصر حق الدائن على اقتضاء عوض نقدي إذا كان ذلك لا يلحـــق بـــه ضرراً جسيماً ، كما ويمكن للمستهلك في حالة ما إذا كان العقد يتضمن القيام بخدمة

---

(1) التلمساني ، غنية الذاكر ،ص١١٨ . وانظر: الهميم، الدولة ووظيفتها الاقتصادية ، ص٣٩٤ .

(2) السنهوري ، الوسيط،٤/فقرة ٣١٦ بتصرف، تناغو ، عقد البيع، ص٣٤٣ ومايليها بتصرف ، وصـــالح ، حماية المستهلك ، ص١٢٦.

(3) صالح ، حماية المستهلك ، التشريع الأردني ، ص١٢٦ .

معينة ، ولم يقدم الطرف الثاني بإيفاء التزامه ، أن يتولى المستهلك إنجاز الخدمـــة ذاتها بواسطة غيره من مال المدين بعد الحصول على إذن من المحكمة المختصة ، وقد نصت المادة (٣٥٦) من القانون المدني الأردني في هذا الاتجاه على أنه :

١- إذا كان الحق عملاً ، واستوجبت طبيعته ، أو نص الاتفاق على أن يقوم المدين به بشخصه ، جاز للدائن أن يرفض الوفاء به من غيره .

٢- فإذا لم يقم المدين بالعمل ، جاز للدائن أن يطلب إذناً من القضاء بالقيام به على نفقة المدين ، أو تنفيذه دون إذن ، إذا استوجبت الضرورة ذلك .

وقد نصت المادة (٣٦٤) من القانون المدني الأردني أيضاً على انه :

١- يجوز للمتعاقدين أن يحددا مقدماً قيمة الضمان بالنص عليها فـــي العقــد ، أو باتفاق لاحق مع مراعاة أحكام القانون .

٢- ويجوز للمحكمة في جميع الأحوال بناء على طلب أحد الطرفين أن تعدل فـــي هذا الاتفاق بما يجعل التقدير مساوياً للضرر ، ويقع كل اتفاق يخالف ذلك .

الفصل الثالث

التدابير التشريعية لحماية المستهلك في الفقه الاسلامي مقارناً بالقانون الوضعي

وفيه أربعة مباحث :

المبحث الأول : التدابير التشريعية لحماية المستهلك قبل ابرام العقد .

المبحث الثاني : التدابير التشريعية لحماية المستهلك في مرحلتي الانتاج والتسويق .

المبحث الثالث : التدابير التشريعية لحماية المستهلك عند ابرام العقد .

المبحث الرابع : التدابير التشريعية لحماية المستهلك عند تنفيذ العقد .

الفصل الثالث

التدابير التشريعية لحماية المستهلك في الفقه الإسلامي مقارناً بالقانون الوضعي

وضعت الشريعة الاسلامية صوراً للتدابير التشريعية لحماية المستهلك ، بالكتاب والسنة النبوية ، وما ورد فيها يعتبر قواعد عامة ،وأصولاً تشريعية في هذا الصدد

المبحث الأول : التدابير التشريعية لحماية المستهلك قبل إبرام العقد .

تتمثل التدابير التشريعية لحماية المستهلك في هذه الصورة؛ بما حرمه الشارع من تصرفات ، أو تصرفات كانت مباحة أصلاً،وحرمت لظرف طـارىءٍ ، لحمايـة المستهلك وتلبية حاجاته ورغباته، وبيان هذه التدابير فيما يلي :-

المطلب الأول : تصرفات حرمها الشارع أصلاً لحماية المستهلك .

نص الشارع على حرمة تصرفات في التعاقد بهدف حماية المستهلك بشكل خاص والمجتمع بشكل عام ؛ وجاءت حرمة هذه التصرفات، لما فيها من ضررٍ وغـشٍ وخداعٍ وغررٍ ؛ تُخفي على المستهلك حقائق السلع وطبيعتها، ومُنع التعاقـد فيهـا ابتداءً حتى يحصل المجتمع المسلم بأكمله على الاطمئنان والاستقرار، ومن هـذه التصرفات :-

أولاً : تحريم الربا[١] .

يعتبر تحريم الربا تدبيراً تشريعياً لحماية المستهلك ، وسأبين معنى الربا، وحكمه،

---

(1) سأقتصر في هذه المسألة على بيان كيف كان تحريم الربا تدبيراً تشريعياً لحماية المستهلك وسأحجم عـن التفصيل في الربا هنا لأنه خارج بحثنا ، ولكن للاستزادة في الربا وأنواعه ينظر في : السرخسي، المـسبوط، ١٠٩/١٢، ابن الهمام، فـتح القـدير،٢٦٤/٥،وابـن رشـد ،بدايـة المجتهـد،١٢٩/٢، الـشربيني ،مغنـي المحتاج،٢١/٢،والشيرازي المهذب،٢٧٠/١، وابن قدامة،المغني،١٢٢/٤، والبهوتي،كشاف القناع ٢٥/٣.

ومن ثم كيفية اعتباره تدبيراً تشريعياً لحماية المستهلك :-

- **تعريف الربا :**

للربا تعريفات متعددة عند الفقهاء ، منها :

الربا عند الحنفية :" وهو فضل مال بلا عوض، في معاوضة مال بمال، وقيل فضل أحد المتجانسين " ،وفي الدر المختار :(فضل خال عن عوض ، بمعيار شرعي مشروط لأحد المتعاقدين في المعاوضة) [١] .

الربا عند المالكية :" زيادة عين مال في عقد بيع على المعيار الشرعي (وهو المكيل والموزون)" [٢] .

الربا عند الشافعية :" عقد على عوض مخصوص غير معلوم التماثل في معيار الشرع حالة العقد أو مع تأخير البدلين أو أحدهما" [٣] .

الربا عند الحنابلة :"الزيادة في أشياء مخصوصة" [٤].

وعرفه آخرون بأنه:" تفاضل في أشياء كمكيل بجنسه ، أو موزون بجنسه ، ونساء في أشياء كمكيل بمكيل ، وموزون بموزون ، ولو من غير جنسه مختصة بأشياء ورد الشرع بتحريمها" [٥] .

وعند بعض المحدثين هو:" الزيادة التي يأخذها المقرِض لقاء القرض ، أو الزيادة

---

(1) ابن عابدين ، رد المحتار على الدر المختار، دار الفكر، ط٢، سنة ١٣٩٩هـ، ١٦٨/٥ ،وانظر : الزيلعي، تبين الحقائق، ١٨٥/٤- ابن نجيم ، البحر الرائق، ١٣٥/٦، الحصفكي ، الدر المختار ، ص ٤٣٠ .
(2) ابن رشد القرطبي، بداية المجتهد، ١٢٩/٢.
(3) الشربيني ، مغني المحتاج، ٢١/٢.
(4) ابن قدامة، المغني والشرح الكبير ، ١٢٢/٤.
(5) البهوتي، كشاف القناع ، ٢٥/٣.

التي يأخذها البائع لقاء التأخير في دفع الثمن "[١].

ونلاحظ اجماع الفقهاء على تعريف الربا بنوعيه ، الفضل والنسيئة ، كما نصوا عليه سابقاً ؛ فالفضل متعلق بزيادة الكمية ، والنسيئة متعلق بزيادة المدة ، وكلاهما بدون عوض في أحد البدلين المتجانسين .

- **حكم الربا** : ثبت تحريم الربا في القرآن و السنة و الإجماع والمعقول .

أما تحريمه في القرآن :

قال تعالى : " وَأَحَلَّ ٱللَّهُ ٱلْبَيْعَ وَحَرَّمَ ٱلرِّبَوٰاْ "[٢] ، وقوله تعالى : " ٱلَّذِينَ يَأْكُلُونَ ٱلرِّبَوٰاْ لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ ٱلَّذِى يَتَخَبَّطُهُ ٱلشَّيْطَٰنُ مِنَ ٱلْمَسِّ "[٣] .

وأما تحريمه في السنة :

فقوله – صلى الله عليه وسلم- : " اجتنبوا السبع الموبقات، قلنا وما هن يا رسول الله ؟ قال : الشرك بالله، والسحر ، وقتل النفس التي حرم الله إلا بالحق، وأكل الربا، وأكل مال اليتيم ، والتولي يوم الزحف ، وقذف المحصنات الغافلات المؤمنات "[٤].

وأما الاجماع : فقد أجمعت الأمة على حرمة الربا [٥].

أما المعقول :

---

(1) النبهان، محمد فاروق، الاتجاه الجماعي في التشريع الاقتصادي الإسلامي ، ص٣٦٩ .

(2) البقرة ، آية ٢٧٥ .

(3) البقرة ، آية ٢٧٥.

(4) أخرجه البخاري في صحيحه ، ح رقم (٢٦١٥) ،١٠١٧/٣، ومسلم في صحيحه ، ح رقم (٨٩) ،٩٢/١ ، مشكاة المصابيح، ج٥٢، ٢٢/١، تحقيق الألباني، المكتب الإسلامي ،ط١، ١٣٨٠هـ، ١٩٦١م .

(5) السرخسي، المبسوط،١٠٩/١٢، وابن الهمام، فتح القدير، ٢٧٢/٥، وابن قدامة ، المغني،١/٤، والشافعي، الأم،٢٥٧/٧ ، والرسالة،٥٣٤ ، والشربيني ، مغني المحتاج،٢١/٢، الشيرازي، المهذب، ٢٧٠/١ .

فالعقل يقضي بتحريم الربا ؛ لأضراره الكثيرة على الفرد والمجتمع ، ومنها : أنه يؤدي الى غلاء الاسعار ، وانحسار كمية الاستهلاك ، وانخفاض اجور العمال[١].

فتحريم الربا في الإسلام، كان للحيلولة دون وقوع الأضرار على المستهلك ، وكان منع ابرام العقود التي تحتوي على الربا أو شبهته ، تدبيراً تشريعياً لحماية المستهلك من الاضرار ، والمخاطر ، ومنها:

– إن متعاطي الربا بُشر بسوء الخاتمة، كما أن الله تعالى لم يؤذن عاصياً بالحرب غير آكله، وهذا ما يمثله الضرر الآخروي لمتعاطي الربا[٢] ؛ وعليه فإننا نحمي المستهلك من دخول النار ، أومن الحرب المعلنة من الله على آكل الربا، لأن المستهلك قد يكون أحد أطراف العقود الربوية ، فحُرمت أصلاً لحمايته .

– الربا سبب رئيس من أسباب غلاء الأسعار السلعية، لأن المنتِج إذا تعامل بالربا، سيضيف ما يدفعه من الربا إلى تكاليف إنتاج السلعة، والتي يقوم المستهلك بشرائها، فيكون قد كلف المجتمع بأكمله – بما فيهم المستهلك – بدفع هذه الزيادة الربوية [٣]، وهذا إضرار بالمستهلكين .

– إن المنتِج إذا ما رغب في تقليل تكاليف الإنتاج فليس أمامه سوى أجور العمال، فيعمل على تخفيضها، أوالاستغناء عن جزء كبير منهم، مما سيؤدي إلى زيادة العاطلين عن العمل ، ويؤدي الى نقص القوة الشرائية بشكل طبيعي، وفي كلتا الحالتين يقل الاستهلاك، ويزداد الكساد في الإنتاج ، فينشأ نتيجة لذلك الأزمات

---

(1) خالد عبد الرحمن ، التفكير الاقتصادي في الاسلام ، ص٩٨.

(2) الشرواني، والعبادي ، حاشية الشرواني ،٤،٢٧٢ .

(3) الدلالعة ، حماية المستهلك ، ص١٩١ بتصرف .

الاقتصادية ، التي أصبحت من لوازم القروض الربوية ، وهذا كله ينعكس علـــى المستهلك [1].

– إن تسهيل القرض بما يسمى فائدة ؛ يشجع الكثيرين علـــى الإســـراف وعـــدم الادخار، لسهولة الحصول على المال الربوي من جهة، ولأنه أدخل الكثيرين فـــي مغامرات مالية لا تتكافأ مع قدراتهم، وربما تكون العاقبة غير محمودة من جهـــة أخرى، خاصة إذا هبط سعر البضاعة، بحيث لا يقدر على البيع في الوقت الـــذي يرغب فيه ، في حين أن الفائدة الربوية تطارده ، والديون تركبه ، وتزداد ، ممـــا يضطره للبيع ، فتكون الخسارة فادحة ، أو الإفلاس المدمر المفضي إلى ســـيطرة قلة من التجار المرابين المحتكرين للسوق والسلع والأسعار، وهذا ما يؤثر ســـلبا على المستهلك في جميع جوانب معيشته [2].

– إن إيداع الأموال في البنوك مقابل فائدة ربوية يؤدي بالكثير من الأفـــراد إلـــى الامتناع عن هذا الإيداع ، بسبب الفائدة المقـــررة دون محاولـــة لاســـتثمارها أو ادخارها في مشاريع إنتاجية تخدم جمهور المجتمع، وهذا يعني كنـــز الأمـــوال ، وإعاقة حركة التنمية الاقتصادية ؛ مما ينعكس أثره في النهاية على المـــستهلك ، ممثلاً بارتفاع الأسعار ، بسبب نقص النقد المتداول في المشاريع الاســـتثمارية ، فلولا الفائدة الربوية الممنوحة لأصحاب المدخرات ؛ لما تكدســـت الأمـــوال فـــي

---

[1] عبد الرحمن ، خالد، التفكير الاقتصادي في الإسلام، ص٩٨، المصري، عبد السميع، لماذا حرم الله الربا، ص٩ بتصرف .

[2] أبو زهرة، تحريم الربا تنظيم اقتصادي، ص١٠٩، والأشقر، الربا وأثـــره علـــى المجتمـــع الإنـــساني ، ص١٣٤، وبابللي، المال في الإسلام ، ص١٤٠.

المصارف والبنوك، في حين أن المجتمع الإنساني يشكو في معظم أصقاعه من البطالة والجوع ، وعدم استغلال موارده الاستغلال الأمثل حتى في المجتمعات المتقدمة صناعياً[1].

- إن الربا سبب رئيس لحصول التضخم ، ويقصد به: اتجاه صعودي في الأثمان بسبب وجود طلب زائد ، أو فائض بالنسبة إلى إمكانية التوسع في العرض[2].

فالمرابي بما يقرره من سعر فائدة مرتفع على أصحاب السلع والخدمات وغيرها، يؤدي الى رفع أثمانها ، ولا شك أن مثل هذا التضخم ضرره عام، حيث أن أصحاب الدخول النقدية الثابتة كالعمال والأجراء والموظفين، فالقيمة الحقيقية لدخولهم منخفضة ، مما ينعكس سلباً على قدراتهم الشرائية، وبالتالي على الوضع الاقتصادي العام ، والذي يشكل المستهلك فيه عنصراً أساسياً [3].

وكل بيع منع التعامل به بسبب الربا ، كبيع العينة ، والمحاقلة والمزابنة [4]... كان هذا المنع تدبيراً تشريعياً لحماية المستهلك ، والمجتمع بأكمله ليحقق له الإطمئنان والاستقرار .

ثانياً : تحريم النجش .

النجش: الزيادة في ثمن السلعة المعروضة للبيع لا ليشتريها ؛ بل ليغري بذلك

---

(1) العبادي ، الملكية في الشريعة الإسلامية، ٤٤/٢، وأبو زهرة ، تحريم الربا تنظيم اقتصادي، ص٤٦، وعبده، حماية المستهلك ، ص١٩٣ .

(2) البداوي، الموسوعة الاقتصادية ، ص١٦٢ .

(3) الأشقر، الربا وأثره على المجتمع الإنساني،ص١٢٨،١٢٩، والدلالعة حماية المستهلك ص١٩٤.

(4) بيع العينة : أن يبيع شيئاً من غيره بثمن مؤجل ، ويسلمه الى المشتري ، ثم يشتريه قبل قبض الثمن بثمن أقل من ذلك القدر ، والمزابنة : شراء التمر بالتمر في رؤوس النخل ، والمحاقلة : بيع الحب في سنبله بجنسه، انظر : ابن قدامة ، المغني ، ١٩٣/٤-١٩٤ ، وابن رشد ، بداية المجتهد ، ١٢٣/٢ ، وابن حزم ، المحلى ، ٤٧/٩ ، المقدسي ، العدة شرح العمدة ، ص ٢١٦ .

غيره [١].

وصورته : أن يحضر الرجل السلعة ، فيعطي بها سعراً، وهو لا يريد الشراء ليقتدي به السوام، فيعطون أكثر مما كانوا يعطون لو لم يسمعوا سومه، إذ يعتقد المشتري أن الناجش لم يزد فيها هذا القدر إلا وهي تساويه في سوق السلع ، أو يُجبر البائع على شراء سلعة بأكثر مما اشتراها به ليُغرِ غيره بذلك، وهذه الصورة هي الشائعة عند الفقهاء [٢].

وقد وردت نصوص عديدة تنهى عن هذا التصرف ، منها :

ما رواه ابو هريرة : " أن النبي – صلى الله عليه وسلم– نهى عن النجش " [٣] ،

وما رواه أن عمر قال :" نهى النبي –صلى الله عليه وسلم– عن النجش "[٤] .

ويظهر النجش اليوم في أسواق الأوراق المالية الحديثة بالإشاعات الكاذبة،أو المزادات كما يظهر بالأوامر المتقابلة بقصد إيجاد حركة مصطنعة في السوق، فإذا كان الغرض الشراء تآمر المضاربون على خفض السلع بزيادة عمليات البيع الصورية، وإذا كان الغرض البيع تآمروا لرفع الاسعار بزيادة عمليات الشراء الصورية، وهم يستغلون الظواهر النفسية لجماهير المتعاملين الذين يخافون على أموالهم ، فيسرعون في تغيير مواقفهم وفق تغيرات مؤشرات

---

(1) ابن الهمام ، شرح فتح القدير، ٢٣٩/٥، ودريويش، أحكام السوق في الإسلام، ص٢٨٦.

(2) الكاساني، بدائع الصائع،٣٢٢٣/٧، والدردير، الشرح الكبيروحاشية الدسوقي، ٦٨/٣،وابن دقيق العيد، أحكام الأحكام،١١٤/٣، والشافعي، الأم ، ٩١/٤،وابن قدامة، المغني،١٦٠/٤، الشوكاني، نيل الأوطار ،١٨٧/٥، وابن حزم، المحلي ،٤٤٨/٨.

(3) مسلم، صحيح مسلم، كتاب البيوع بال تحريم بيع الرجل على بيع أخيه، ج١٥١٦، ١٦١/١٠.

(4) البخاري، صحيح البخاري، كتاب البيوع، باب النجش، ٢٩٧/٤، ومسلم، صحيح مسلم، كتاب البيوع باب تحريم بيع الرجل على بيع أخيه، ١٦١/١٠ .

الاسعار الوهمية[١].

فالنجش ليس شراءً حقيقياً إنما هو تظاهر بالشراء بقصد إحداث زيادة غير حقيقية في السعر ؛ تجعله يزيد عن القيمة ، وبذلك يكون النجش أحد العوامل التي تؤدي الى عدم تطابق السعر مع القيمة[٢] ، ولذلك حرص الإسلام على حماية الأسعار من هذه الحيل، فتحريم النجش في حقيقته إلغاء للطلب الصوري الذي ينشأ عن حالة النجش المشار إليها. وتخليص المستهلك والسوق عامة من توهم الطلب على السلعة بخلاف الواقع[٣] ، وهذا يؤدي الى حماية المستهلك من الأضرار المحققة أو المحتملة الوقوع عليه .

ثالثاً : النهي عن تلقي بيع الحاضر للبادي .

قرر الفقهاء[٤] أن جنس الوكالة جائز في الشريعة الإسلامية ؛ فهي من الأفعال المباحة ، سواء أكانت في البيع أم في الشراء، أم في غيرهما، ولكن لا يجوز إطلاق القول بالمشروعية ، وإنما يجب النظر إلى ما يفضي إليه التوكيل من ضرر بالعامة ، وتطبيقاً لهذا الأصل جاءت النصوص تنهى عن أن يتوكل الحاضر للبادي في بيع سلعته كتدبير تشريعي لحماية المستهلك، فقيدت تلك الإباحة المطلقة بالنظر إلى مآلاتها ، وهي الأضرار بالعامة، وقد تقرر هذا النهي بالعديد

(1) كمال ، فقه اقتصاد السوق ، ص٢٠٢-٢٠٣.

(2) عابد، السعر في الاقتصاد الإسلامي ، ص٨٤ .

(3) عقوب ، التسويق في الاقتصاد الإسلامي ، ص١٣١ .

(4) المقدسي، بهاء الدين عبد الرحمن بن ابراهيم ، العدة شرح العمدة ، ضبط وتحقيق : ابراهيم رمضان ،دار الأرقم ، بيروت ص٢٤٢ -٢٤٣ ،التمرتاشي ، محمد بن عبدالله ، الدر المختار شرح تنوير الابصار ، تحقيق : عبد المنعم ابراهيم ، دار الكتب العلمية ، بيروت ، ط١ ،١٤٢٣هـ -٢٠٠٢م ص ٤٦١ .

من النصوص مثل قوله- صلى الله عليه وسلم- : " لا يبع حاضر لباد دعوا الناس يرزقهم الله بعضهم من بعض"[١] ، وبما رواه أنس بن مالك رضي الله عنه قال" نهينا أن يبيع حاضر لباد ، وإن كان أخاه لأبيه وأمه " [٢] ، وبما روى عن طاوس عن أبيه عن ابن عباس قال: نهى رسول الله – صلى الله عليه وسلم- أن تتلقى الركبان وأن يبيع حاضر لباد، قال : قلت لابن عباس: ما قوله حاضر لباد ؟ ... قال : لا نكن له سمساراً " [٣].

وقد فسر هذا النوع من البيوع بتفسيرات منها[٤] :-

- أن يتولى الحاضر وكالة عن البادي ،وذلك بأن يجيء البادي إلى البلد بسلعة يريد بيعها بسعر الوقت في الحال ، فيأتيه الحاضر ليبيعها عنه بالتدريج بأعلى من السعر الذي يريد البيع به ، أو الذي عرض عليه، وتأسيساً على هذا المعنى فإن الحاضر يصبح سمساراً أو وسيطاً للبادي في بيع سلعته ، والغرض من هذه الوكالة هو رفع ثمن السلعة باستغلال قوى السوق، أو احتكارها لانتهاز الفرص المناسبة لزيادة ثمنها[٥].

- أن يبيع الواحد من أهل البلد الآتين إليها- من غير أهلها- ما يحتاج إليه

---

(1) مسلم، صحيح مسلم ، كتاب البيوع، باب تحريم الحاضر للبادي،١٦٥/١٠، وأبو داود سنن داود، كتاب البيوع، باب في النهي عن أن يبيع حاضر لباد ، ج٣٤٤٢ ، ٢٧٠/٣، والنسائي، سنن النسائي، كتاب البيع الحاضر للبادي، ٢٥٦/٧، وابن ماجه ، سنن ابن ماجه،كتاب التجارات،باب النهي أن يبيع حاضر لباد، ٢/ ٧٣٤، ج٢١٧٦ .

(2) مسلم،صحيح مسلم،كتاب البيوع ، باب تحريم بيع الحاضر للبادي،١٦٥/١٠، والبخاري ، صحيح البخاري ، كتاب البيع، باب لا يشتري حاضر لبادي بالسمره ، ٣١٢/٤.

(3) البخاري ، صحيح البخاري ، كتاب البيوع ، باب هل يبيع حاضر لباد ، ح :٢٠٥٠ ،٧٥٧/٢-٧٥٨

(4) عقوب، التسويق في الاقتصاد ، ص١٣٦ .

(5)الكاساني، بدائع الصناع، ٣٢٢١/٧، والبابرتي، العناية،٢٤٠/٥، والرافعي، فتح العزيز، ٢١٧/٨، والبهوتي، كشاف القناع،١٧٣/٣، وابن قدامة ، المغني،١٦٢/٤،وابن دقيق العيد، إحكام الأحكام،١١٤/٣، والدردير،الشرح الكبير،٦٩/٣، وابن حزم ، المحلى ٤٥٣/٨ ، الشربيني ، مغني المحتاج ، ٣٦/٢.

هؤلاء ، طمعاً في تحقيق أرباح فاحشة غير معتادة [١].

– أن يتولى الحاضر العقد ، أو يقف مع رب السلعة ؛ ليزهده في البيع، ويعلمه أن السلعة لم تبلغ ثمنها ونحو ذلك [٢] .

وللعلماء في البادي تفسيران ، هما :-

١) أنه عام في كل من قدم إلى البلدة من غير أهلها؛ أي أن البداوة ليست قيداً ، فالحاضر إذا شارك البادي في عدم معرفة السعر يلحق به[٣] .

٢) أن البداوة قيد، فالمقصود به أهل العموم من البادية[٤] ، والبدوي هو الذي يجهل الأسعار وحركة السوق وقوانينه ، وأما الحضري ، فهو: من كان له معرفة خاصة بحركة السوق وقوانينه، والأوقات التي يزيد فيها الطلب على السلعة ويقل فيها العرض [٥].

فكان المنع من هذا التصرف رعاية لمصلحة المجتمع بالرفق بهم، وعدم تفويت الربح عليهم، وذلك بترك قوانين السوق تعمل بتلقائية دونما تدخل من وسيط انتهازي، طالما أن هذه التلقائية تحقق الغاية والغرض، وليس فيها ضرر على واحد من طرفي التبادل، صحيح أن هناك نوعاً من الغبن للبادي الذي يجهل الأسعار، وهذه وإن كانت مفسدة، إلا أنها مفسدة مرجوحة في مقابل مصلحة راجحة، وهي مصلحة الجماعة والرفق بهم ؛ لأن الأشياء عند أهل البادية أيسر

---

(1) الهميم، الدولة ووظيفتها الاقتصادية ، ص١٧٨ .
(2) الحطاب ، مواهب الجليل ، ١٣٩/٦.
(3) البهوتي، كشاف القناع، ١٧٣/٣، والشربيني ، مغني المحتاج ، ٣٦/٢.
(4) الأطرم ، الوساطة التجارية ، ص١٩٥ .
(5) الهميم ، الدولة ، ووظيفتها الإقتصادية ، ص٤٨١ .

من أهل الحاضرة ، وهي عندهم أرخص وربما كانت مجاناً بغير ثمن ، لصيرورته لهم بالاستغلال ، ويتضح لنا أن الشريعة الإسلامية تعمل على المصلحة الفردية ، والمصلحة الجماعية ، وتعمد على حسم الموقف لصالح المصلحة الثانية عند التعارض ، وعدم امكان الوصول إلى صيغة ملائمة يمكن التوفيق بها بين كلا المصلحتين [١].

يقول الباجي: " والأصل في النهي من جهة المعنى أنهم لا يعرفون الأسعار فيوشك إذا تناولوا البيع لأنفسهم استرخص منهم ما يبيعون ؛ لأن ما يبيعونه أكثره لا رأس مال لهم فيه، فهم لم يشتروه ، وإنما صار إليهم بالاستغلال ، فكان الرفق بمن يشتريه أولى مع أن أهل الحواضر هم أكثر الإسلام "[٢] .

ولما كان القصد من المنع إذن هو مصلحة الجماعة بما فيهم المستهلك (بالرفق)، سواءٌ بعدم الإضرار بهم ، أو بعدم تفويت الربح عليهم، فقد كان المنع من بيع الحاضر للبادي تدبيراً تشريعياً لحماية المستهلك ، ويمنع من ابرام هذا التصرف من أصله، ليتحقق للمستهلك الاطمئنان والاستقرار في علاقاته التبادلية .

رابعاً: النهي عن تلقي الركبان .

ويقصد به: أن يتلقى المشتري طائفة يحملون متاعاً فيشتريه منهم قبل وصولهم السوق ، وإطلاعهم على الأسعار الجارية[٣]، أو هو أن يسمع التاجر قدوم قافلة[٤]

---

[1] الهميم ، الدولة ووظيفتها الاقتصادية ، ص٤٧٨ – ٤٧٩ .

[2] الباجي ، المنتقى ، ١٠٣/٥ .

[3] ابن حجر ، فتح الباري، أحاديث النصيحة ، ١٢٩/١ و ٢١٢، والزيلعي، تبيين الحقائق ، ٦٨/٤، النووي المنهاج، ٣٦/٢.

[4] الكاساني، بدائع الصنائع، ٣٢٢١/٧.

كبيرة فيتلقاهم، ويشتري جميع ما معهم ويدخل السوق فيبيع بما يشاء من الثمن، ويلاحظ أن الصورة الأولى لا تكاد تخلو من معنى من معاني الاحتكار، وأن الصورة الثانية تنطوي على معنى من معاني حجب المعلومات عن السعر الجاري في السوق، وهذا النوع من البيوع قد وردت نصوص عديدة تنهى عنه، منها ما قاله – صلى الله عليه وسلم – : " لا يبيع بعضكم على بيع بعض، ولا تلقوا السلع يهبط بها السوق[1]، ومنها قوله –صلى الله عليه وسلم – : " لا تلقوا الجلب ممن تلقاه فاشترى منه، فإذا سيده أتى السوق فهو بالخيار" [2].

فالنهي عن هذا البيع يهدف إلى [3]:

- منفعة البائع ودفع ضرر الغير عنه، وصيانته ممن يخدعه سواء أكان مصدر الغبن عدم معرفته بالسعر ، أو كان مصدره تزييف المعلومات عن السعر الجاري وتلبيسه عليه .
- دفع الضرر عن أهل البلد المدخَلة إليها السلع، فهو معلل بمصلحة المجتمع بما فيهم المستهلك، ودفع الضرر العام عنهم ، وذلك بتوفير السلعة بثمن أرخص ؛ لأن الجالب يبيع سلعته إذا قدم بها للسوق بشكل سريع ومستعجل، خشية من تلفها أو من زيادة النفقات عليها ؛ من حفظ وتخزين ومصاريف إدارية وغيرها .

---

[1] البخاري، الصحيح، كتاب البيوع ، باب النهي عن تلقي السلع،٣١٣/٤، ومسلم، الصحيح، كتاب البيوع، باب تحريم الجلب،١٦٣/١٠.
[2] المرجعان السابقان .
[3] الهميم، الدولة ووظيفتها الاقتصادية،٤٩٤-٤٩٦.

أن النهي كان لمصلحة المستهلك في دفع الضرر عنه ، وعدم وقوعه ضحية للغبن والتدليس والتغرير[١] ، ومصلحة الباعة في دفع الضرر عنهم بتوفير السلعة بثمن أرخص.

والذي يهمنا في هذا الموضوع أن الشارع الحكيم قد نهى عن تلقي الركبان كتدبيرٍ تشريعيٍ لحماية المستهلك ، والذي هو فرد من أفراد المجتمع ، وهو العنصر الضعيف في العملية التجارية ؛ وذلك بتفادي المبادلات التي تسبب زيادة غير حقيقية ، وهذا التفادي ضماناً للمتعاملين بتداول السلعة بسعر يعكس قيمتها الحقيقية [٢] .

المطلب الثاني : تصرفات مباحة أصلاً حرمها الشارع ؛ لظرفٍ طاريءٍ حمايةً للمستهلك .

منع الشارع عدة تصرفات ؛ بهدف حماية المستهلك والمجتمع المسلم بشكل عام وهذه التصرفات كانت مباحة أصلاً ؛ وحرمت لظرفٍ طاريءٍ، وذلك لما فيها من إضرار وتغرير بالمستهلك؛ والمنع من هذه التصرفات بسبب الظرف الطاريء ، هو تدبير تشريعي لحماية المستهلك؛ ومنها :-

---

[1] الغبن : أن يكون أحد العوضين غير متماثل مع الآخر في القيمة ، كمن اشترى سلعة بعشرة ، وقومها أهل الخبرة بخمسة ،انظر : ابن قدامة ، المغني ، ٤٦/٢ ، ابن رشد ، بداية المجتهد ، ١٣٤/٢ .والتغرير : اغراء العاقد وخديعته ليقدم على العقد ظاناً أنه في مصلحته ، والواقع خلاف ذلك ، كتسويد شعر العبيد وتجعيده للدلالة على قوته – عند بيعه – ،انظر :نهاية المحتاج إلى شرح المنهاج ، ٧٣/٤ .

[2] عابد، السعر في الاقتصاد الإسلامي، ص٨٤-٨٥، والأطرم، الوساطة التجارية ، ص١٩٥، وما بعدها، وعقوب التسويق في الاقتصاد الإسلامي ،ص١٣٦-١٣٧ بتصرف .

أولاً : منع سياسة الإغراق [١] .

ففي ضوء القاعدة الفقهية المقررة (لا ضرر ولا ضرار) [٢] ؛ لا يجوز الإقدام على الإضرار بالآخرين في السوق الإسلامي ، سواءً المنافسين أو المستهلكين؛ فلا يجوز للبائع أن يعمد إلى عرض سلعته بأقل من سعر السوق (سعر المثل) بهدف إغراق السوق ، لأنه يضر بالمستهلك وحريته التبادلية .

قال مالك : لو أن رجلاً يسعر بأرخص من ثمن السوق ، أراد بذلك فساد السوق لرأيت أن يقال له: إما أن تلحق بسعر الناس وإما خرجت؛ وأما أن يقال للناس كلهم: إما أن تبيعوا بكذا، وإما أن تخرجوا فليس بصواب [٣] ، ولأن الهدف النهائي من عملية الاغراق للسوق هو الاحتكار [٤] ، والسيطرة على السوق من خلال الإضرار بالمنافسين والمستهلكين، وهذا من شأنه أن يعرقل آلية السوق الإسلامي عن العمل فلا تكون معبرة تعبيراً صحيحاً عن الإرادات ، والرغبات في جانبي الطلب والعرض وبالتالي لا يعبر السعر عن القيمة [٥].

فالبيع بأقل من ثمن المثل يجوز في أصله عند جمهور الفقهاء [٦] ، للادلة التالية :

١. قال – صلى الله عليه وسلم – : " إن الله هو القابض الباسط المسعر،

---

[1] عقوب ، التسويق في الاقتصاد الإسلامي ، ص١٣٢وما بعدها ، والاغراق :هو بيع السلعة بثمن أقل بكثير من القيمة الحقيقة لها.

[2] الترمذي ، سنن الترمذي، كتاب البيوع ، باب ما جاء في التجار؛ح :١٢٠٩، ٥١٥/٣، وقال حديث حسن ، وابن ماجه ، سنن ابن ماجه،كتاب الأحكام،باب من بنى في حقه ما يضر بجاره،ج٢٣٤٠، ٧٨٤/٢ .

[3] الباجي، المنتقى شرح الموطأ، دار الكتاب العربي، بيروت،ط٣، ١٤٠٣هـ–١٩٨٣م ، ١٨/٥، وانظر ابن تيمية ، الحسبة ، ص٣١-٣٢.

[4] ابن تيمية، مجموع الفتاوى، ٧٨/٢٨-٧٩، وعفر، السياسة الاقتصادية ، ص١٧٨.

[5] عقوب ، التسويق في الاقتصاد ، ص١٣٢.

[6] الزيعلي، تبيين الحقائق، ٢٨/٦، وابن رشد، البيان والتحصيل ، ٣٥٦/٩، والشربيني معنى المحتاج، ٣٨/٢.

وإني لأرجو أن ألقى الله ولا يطالبني أحد بمظلمة ظلمتها إياه في دم ولا مال "[(١)].

وقال – صلى الله عليه وسلم –: " رحم الله رجلاً سمحاً إذا باع، وإذا اشترى، وإذا اقتضى" [(٢)].

فهذا إما دعاء من النبي– صلى الله عليه وسلم – لمن كان كذلك ، أو هو إخبار برحمة الله له، وعلى كلا الاحتمالين فإنه يحض ويشجع على السماحة في البيع والشراء ، والسمح هو الجواد، والمراد به في الحديث المساهلة كما بوب البخاري [(٣)].

يقول ابن رشد: " ولا يلام أحد على المسامحة في البيع والحطيطة منه، بل يُشكر على ذلك إن فعله لوجه الناس ، ويُؤجر إن فعله لوجه الله تعالى[(٤)].

٢. أن الأثمان حقوق لأربابها، فلا يحجر عليهم فيها ، ولا يتعرض لهم في تقديرها[(٥)] فقد يكون التاجر بحاجة الى النقد ، فيبيع بأقل من سعر المثل ، وقد يفعل ذلك تسامحاً وتساهلاً مع الناس ، كما أن الأصل عدم الحجر وعليه يجوز البيع بأقل من ثمن المثل في أصله ، ويصح التعاقد به ، والتعامل فيه بين التجار والمستهلكين، ولكن إذا حدث ظرف طاريء كأن يكون هذا البيع سياسة في السوق عند التجار بهدف إغراق السوق ،

---

(1) أبو داود، السنن ،ح رقم (٣٤٥١) ، ٢٨٦/٣ ، والدارمي،السنن ،٢٤٩/٢، وابن ماجه ، السنن ، ح رقم (٢١١٩) ، ٧٤/٢ ، والحديث ضعيف ، لأن في رواته : علي بن يونس ، وغسان بن الربيع ، وكلاهما ضعيف ، أنظر :مجمع الزوائد ، ٩٩/٤ ، باب التسعير ، والصنعاني ، سبل السلام ،٣٥/٣.

(2) البخاري، الصحيح، كتاب البيوع، باب السهولة في الشراء والبيع ومن طلب حقاً فليطلبه في عفاف، ج١٩٧٠ ، ٧٣٠/٢.

(3) ابن حجر، فتح الباري، ٣٨٨/٤.

(4) ابن رشد، البيان، والتحصيل ، ٣٠٦/٩.

(5) الزيلعي، تبيين الحقائق، ٢٨/٦.

والإضرار بالمستهلكين مستقبلاً، والمنتجين فإنه يمنع البيع بأقل من ثمن المثل لأجل هذا الظرف الطاريء ؛ كتدبير تشريعي لحماية المستهلك من الأضرار ، ومنها ما يلي :

- شعور المستهلك بالظلم والتغريرعند شرائه سلعة مشابهة بسعرٍ أعلى من تاجر آخر؛ وهذا يرتب ضرراً على نفسية المستهلك ، وعلى رضاه في أي عقد تجاري يرغب في إبرامه .

- انتهاء عنصر المسامحة في التعامل؛ وذلك لأن المستهلك سيلجأ إلى المماكسة بقوة عند كل التجار، وهذا سيضر بالمستهلك والمجتمع بأكمله، لأن من المستهلكين من لا يحسن المماكسة ومنهم من لا يرغب بها، فيختل التعامل التجاري لفوات هذه المسامحة والمساهلة في التجارة .

- يرهق المستهلك بالاجتهاد في الحصول على السلع المباعة بأقل من ثمن المثل، وهذا لن يحقق له الاستقرار والاطمئنان .

- لجوء المستهلك إلى شراء أكثر من سلعة من نفس النوع لقلة ثمنها، وهذا يشكل خطراً على تنظيم نفقاته؛ ويقع في الإسراف والتبذير، أو في عدم القدرة على توزيع متطلباته واحتياجاته بالقدر المطلوب .

- قد يكون هذا البيع سبباً في احتكار السلع، وذلك لأن بعض المستهلكين، يقدر على شراء جميع هذه السلع، والبعض الآخر منهم لا يقدر على ذلك مثلاً، وبالتالي يكون اللاجيء إلى الشراء من المستهلكين قد أضر بغيره ، وخصوصاً الفقراء .

ولهذا كان منع الأضرار بالآخرين والمتمثل بمنع سياسة الإغراق في السوق تدبيراً تشريعياً لحماية المستهلك ، ولتحقيق الاستقرار والطمأنينة في التصرفات والتعاقدات .

ثانياً: عدم المغالاة في الربح (عدم الغبن الفاحش) .

يمثل الربح الفرق الناتج بين عملية البيع والشراء ، أو بين التكلفة الإجمالية للسلعة أو الخدمة وبين إيرادات بيعها، والربح بهذا المعنى ينمي رأس المال[(١)].

يقول ابن خلدون : إن معنى التجارة تنمية المال بشراء البضائع ومحاولة بيعها بأغلى من ثمن الشراء... وهذا الربح بالنسبة لأصل المال يسير، إلا أن المال إذا كان كثيراً عظم الربح، لأن القليل في الكثير كثير[(٢)].

فلا يفهم استهداف الربح في النشاط التجاري من قبل المسوقين على أنه هدف أخير؛ وبالتالي يرضى المنظمون لسياسات السعر بقدر عادل من الربح يكفل استمرار النشاط الاقتصادي وتحقيق الأهداف الشرعية للمؤسسة[(٣)].

ولعل من المناسب أن نربط بين مبدأ الاعتدال في الربح كضابط مؤثر مباشرة في تحديد سعر السلعة ، وبين تحريم الغبن ؛ فالربح إذا كان فاحشاً لا شك أنه يدخل ضمن دائرة الغبن، والذي يُعرف بأنه:" عدم التماثل بين العوضين في القيمة ولا يعلمه المغبون أثناء التعاقد "[(٤)].

[(1)] الكفراوي، تكاليف الانتاج ، ص١٤١.
[(2)] ابن خلدون ، المقدمة، ص٣٩٤.
[(3)] عقوب ، التسويق في الاقتصاد الاسلامي ، ص١٣٧.
[(4)] البعلي، ضوابط العقود، ١٤٣/١.

فإذا اعتبرنا أن الربح هو ذلك القدر الزائد الذي يتحقق بـــه عـــدم التماثـــل بـــين العوضين إلا أنه غير فاحش، وجمعنا إلى ذلك اعتبار الفقهاء أن الغبن اليـــسير لا يؤثر على صحة العقد لانه مما يصعب الاحتراز منه، ولكثرة وقوعـــه وتـــسامح الناس فيه عادة [١] ، أمكننا أن نخرج بنتيجة؛ أن الربح ينبغي ألا يكون فاحشاً كي لا يدخل في دائرة الغبن ، فيدخل في دائرة التحريم، هذا فضلاً عن المبادئ العامة التي تضع الربح في إطار التعاون والتكافل وعـــدم الجـــشع والطمـــع واجتنـــاب الإسراف في كل شيء ، فالربح في أصله يجوز ، والعقود التي تحـــرز أرباحـــاً يجوز التعاقد بها والتعامل فيها بين التجار والمستهلكين من حيث الأصـــل، ولـــو ترتب على ذلك غبن يسير، لأن الغبن اليسير معفو عنه بين النـــاس ولا يـــشكل خطراً على استقرار المعاملات التجارية أو المجتمع المسلم بشكل عام، ولكـــن إذا حدث ظرف طاريء نتج عنه تصرفات تدر أرباحاً عظيمة نتيجة لغـــبنٍ فـــاحش للمستهلكين؛ وخاصة إذا كانت هذه الأرباح الكبيرة في العقود التي تتأثر بالغبن ولو اليسير ، مثل عقود المدين الذي استغرقت الديون جميع أمواله، وعقود المـــستهلك المريض مرض الموت إذا كانت تركته مستغرقة بالديون ، أو كان هـــذا الـــربح العظيم في العقود التي تتأثر بالغبن الفاحش ؛ كالعقود الواردة على مال المستهلك الصغير أو اليتيم أو المحجور عليه بسفه أو جنون[٢] ، فإن الربح في هذه الحالـــة الطارئة لا يجوز شرعاً ، لما يترتب عليه من أضرار بالمستهلكين منها :-

---

[1] الخفيف، أحكام المعاملات الشرعية، ص٣٥٧، والزحيلي، الفقه الإسلامي وأدلته،٣٠٧٢/٤ .

[2] البعلي، ضوابط العقود ، ١٤٤/١ .

- عجز المستهلك عن الشراء؛ وتحقيق رغباته وحاجاته .
- تقييد حرية المستهلك الشرائية ، فلا يستطيع المستهلك الحصول إلا على مجموعة معينة من السلع؛ وما كان منها بربح فاحش فلا يقع في دائرة شرائه واستهلاكه .
- يرهق المستهلك في بحثه عن سوق آخر تتوافر فيه متطلباته وحاجاته حسب إمكاناته المتوافرة؛وهذا يشكل ضرراً للمستهلك من حيث عامل الوقت ، وما يتخذه من وسائل للحصول على السلعة ونقلها مثلاً.
- يُلجيء المستهلك إلى البحث عن سلع بديلة ، وعدم توفرها يلحق الضرر به .

- المغالاة في الربح؛ يجعل المستهلك يرضى بسلع رديئة لا تتوافر فيها المواصفات والمقاييس المطلوبة .
- عند عجز المستهلك عن الحصول على ما يريد من سلع وخدمات جيدة ونافعة بحسب قدراته وإمكانياته؛ فإنه سيلجأ إلى الاستدانة والاقتراض ، أوالتفكير في طرق غير مشروعة للحصول على ما يريد ويحتاج، وهذا يشكل ضرراً عظيماً به ؛ ومن هنا، كان تحريم الربح الفاحش تدبيراً تشريعياً لحماية هذا المستهلك وتوفير الأمن والاستقرار والاطمئنان له ، وللمجتمع بشكل عام .

وعالج القانون المدني الأردني قضايا الغبن والتغرير ، في المواد القانونية التالية :

ورد في المادة (١٤٤) ما نصه:" يعتبر السكوت عمداً عن واقعة ، أو ملابسة ، تغريراً إذا ثبت أن المغرور (المستهلك) ما كان ليبرم العقد لو علم بتلك الواقعة ، أو هذه الملابسة".

كما ورد في المادة (١٤٥) ما نصه:" إذا غرر أحد العاقدين بالآخر ، وتحقق أن العقد تم بغبن فاحش ، كان لمن غرر به فسخ العقد" .

وجاء أيضاً في المادة (١٤٨) ما نصه:" إذا صدر التغرير من غير المتعاقدين، وأثبت المغرور أن المتعاقد الآخر كان يعلم بالتغرير وقت العقد جاز له فسخه ".

واتفق القانون مع الشريعة في حرمة الغبن والتغرير ، لما له من أثر سلبي على المستهلك [1].

---

(1) البعلي ،ضوابط العقود ،١٤٣/١، الكفراوي ، تكاليف الانتاج ، ١٤١.

المبحث الثاني:التدابير التشريعية لحماية المستهلك في مرحلتي الإنتاج والتسويق.

تتم حماية المستهلك في مرحلة الإنتاج[١]بتوفير الجودة في المنتَج، وذلك بجنس الاختيار في المواد الخام، وبإتقان التركيب ، والعمل الإنتاجي المتصل به، فالرسول – صلى الله عليه وسلم – يقول :" إن الله يحب إذا عمل أحدكم عملاً أن يتقنه " [٢] ، ويساعد على تحقيق الجودة؛ توخي الأمانة والصدق ،ويساعد على ذلك الاستفادة من التقدم العلمي و التكنولوجي، حتى يتم تدعيم الجودة في زمن قياسي ، فيترتب عليه انخفاض عدد الساعات اللازمة للإنتاج، والتي هي إحدى مقومات السعر ، وقد حث الرسول – صلى الله عليه وسلم – على أن يقدم المرء المنفعة لإخوانه ، وبني جنسه ، وهذا يشمل وفرة السلعة ، وجودتها ، وتخفيض سعرها، قال صلى الله عليه وسلم : " خير الناس أنفعهم للناس" [٣].

وأما حماية المستهلك في مرحلة التسويق [٤]، فتتم من خلال السوق الإسلامية وما تتميز به من ضوابط ، والسوق: مكان التقاء العارضين و الطالبين، وليست بالضرورة مكاناً ثابتا ، كما هي الحال بالنسبة لسوق المواد الغذائية والثياب ، وقطع الغيار، وقد تكون سوقاً متنقلة ، أو خاضعة للصدفة، كسوق الكراء ، حيث

---

(1) انترنت ، رسالة التقريب ، العددان :٣٥،٣٤ ، خريف ١٤٢٣ هـ ، موقع :المجمع العالمي للتقريب بين المذاهب الاسلامية المطبوعات رسالة التقريب العدد ٣٤و٣٥.htm ، اخذت بتاريخ : ٢٠٠٣/٩/٢٥م .
(2) الجامع الصغير وزياداته ، رقم ،١٨٧٦.
(3) نفس المصدر ، رقم ، ٣٢٨٤.
(4) انترنت ، رسالة التقريب ، العددان :٣٥،٣٤ ، خريف ١٤٢٣ هـ ، موقع :المجمع العالمي للتقريب بين المذاهب الاسلامية المطبوعات رسالة التقريب العدد ٣٤و٣٥.htm ، اخذت بتاريخ : ٢٠٠٣/٩/٢٥م .

يلتقي المكري والمكتري على قارعة الطريق، أو في منزل المكري مثلاً .

وطبيعة السوق الإسلامية أنها سوق حرة ، لا احتكار فيها ، وهي منظمة وفق قواعد الشريعة الإسلامية ؛ وبيان التدابير التشريعية لحماية المستهلك في مرحلتي الإنتاج والتسويق؛ فيما يلي :-

المطلب الأول : تحريم الغش والتدليس في السلع .

الغش مناف للنصح المأمور به ، والذي ينبغي أن يكون شعار السوق ، وله عند الفقهاء صورتان؛ سلبية: وهي مجرد السكوت عن العيب والنقص، وإيجابية : وهي القيام بجهد ما في إخفاء العيب أو تزيين السلعة، وهذا الأشد في التحريم، ويعبر عن هاتين الصورتين في الاصطلاح الفقهي بالتدليس[١].

وقد ورد التخويف والتهديد الشديدان في هذا ، حيث يقول النبي- صلى الله عليه وسلم – "من غش فليس مني"[٢].

ويتحقق الغش في البيع بعدم ذكر الصفات الحقيقية للسلعة[٣]، أو بإخفاء عيوبها، وبلغة اقتصادية يمكن أن نقول إن البائع يقدم على الغش في بيع سلعته ببيعها بسعر يزيد عن قيمتها، ويحقق بذلك مزيداً من الربح ، فالغش في البيع يسهم بهذا التباين بين القيمة والسعر، ويؤدي إلى فساد المعاملات ، وفقدان الثقة بين أطراف التداول ، وضياع الحقوق، وغياب الأمانة والصدق

---

[1] ابن قدامه المقدسي، الشرح الكبير بهامش المغني ، دار-الفكر، بيروت ،١٤١٤هـ -١٩٩٤م،١٠١/٤ .
[2] سبق تخريجه .
[3] حيدر، درر الحكام، مادة ١٦٤، ١١٢/١ .

الذي رغَّب فيه الإسلام وحث عليه [١]، ومن ذلك قوله – صلى الله عليه وسلم – :

" التاجر الصدوق الامين مع النبين، والصديقين والشهداء" [٢] [٣].

المطلب الثاني : تحريم الاحتكار .

لقد تعددت تعاريف الاحتكار لدى الفقهاء إلا أنها تدور في مجموعها حول شرط الاحتكار المتفق عليه ألا وهو الإضرار بالناس، رغم اختلافهم في تحقيق هذا الشرط في بعض الصور، وبناء على هذا فإن الاحتكار يعرف بأنه:" حبس ما يتضرر الناس بحبسه تربصاً للغلاء" ، وهو بذلك يكون تعريفاً شاملاً لكل ما كان حبسه يؤدي للإضرار بالناس، ويشمل أي مدة للاحتكار مهما قلَّت، كما أنه لا يقتصر على الشراء، بل يشمل المواد المنتجة والمخزونة انتظاراً للغلاء، سواء كانت منتجة محلياً ، أو مستوردة من الخارج [٤] .

وقد ورد ذم الاحتكار في السنة ، وشدد الإسلام في تحريمه جملةً وتفصيلاً، ومن ذلك قوله – صلى الله عليه وسلم –: " من احتكر فهو خاطيء"[٥].

وقوله – صلى الله عليه وسلم – : " من احتكر على المسلمين طعامهم ضربه الله

---

[1] عابد، السعر في الاقتصاد الإسلامي، ص٨٣-٨٤، والقرضاوي، دور القيم والأخلاق في الاقتصاد الإسلامي ، ص٢٧٢-٢٧٣.

[2] أخرجه الدارقطني في سننه ، ح رقم (١٧) ، ٧/٣ ،الترمذي، سنن الترمذي، كتاب البيوع، باب ما جاء في التجار، ح رقم (١٢٠٩) ، ٥١٥/٣ ، وقال الترمذي عنه : حديث حسن .

[3] عقوب، التسويق في الاقتصاد الإسلامي ، ص١٣٢ .

[4] لمزيد من المعلومات في مفهوم الاحتكار: الدوري، الاحتكار وآثاره في الفقه الإسلامي، دار الفرقان، عمان، ط١، ١٤٢١هـ- ٢٠٠١م ، ص١٦-٣٣، والمصري، نظرة في الاقتصاد الإسلامي دار الطباعة والنشر الإسلامي،١٩٨٦، ص٨٦ .

[5] مسلم، صحيح مسلم ، كتاب البيوع، باب تحريم الاحتكار، ٤١/١١، وابو داود، السنن ، كتاب البيع، باب النهي عن الحكرة ، ح٣٤٤٧، ٢٧١/٣ .

بالجذام والإفلاس"[١] .

ومن أضراره [٢] :

- يؤدي إلى انحراف السعر عن القيمة الحقيقية لــصالح المحتكِــر، فــالمحتكِر يستهدف المزيد من الربح بحبس جزء من المعروض من السلعة حتـــى يرتفـــع سعرها فيبيعها ويحصل على فارق السعر[٣] .

- يُغلّي السعر على الناس بشكل غير حقيقي، فلا تعبر آلية السوق عن الأســعار تعبيراً صحيحاً، مما يعني أن السلعة تباع بأكثر من قيمتها الحقيقية ، ولهذا فتحريم الاحتكار يسهم مساهمة كبيرة في استمرار تطابق السعر مع القيمة [٤].

- يسبب الاحتكار الثراء الفاحش، وهو سبيل إلى الكسب غير المــشروع، حيــث يحصل المحتكر على المال دونما عمل أو جهد ؛ إلا أنه ينتظــر ريثمــا تحــين الفرصة الملحة المتمثلة بحاجة الناس للأقوات أو غيرها [٥] ، وهذا يسبب ضـــرراً للمستهلكين بحرمانهم من الحصول على حاجاتهم ومتطلباتهم بحرية .

- يعمل على عدم استجابة المحتكرين لطلبات المستهلكين الاستجابة الكافية، كمـــا عليه الحال في المنافسة [٦] .

---

(1) ابن ماجه، السنن ، كتاب التجارات، باب الحكرة والجلب ، ح٢١٥٥، ٧٢٩/٢ .

(2) عبده ، حماية المستهلك في الفقه الإقتصادي ، ص٢٠٤-٢٠٦، عقوب، التسويق، ص١٣٠.

(3) عقوب ، التسويق في الاقتصاد الإسلامي ، ص١٣٠.

(4) عابد، السعر في الاقتصاد الإسلامي،ص٨٤، وبو علا، السوق وتكون الأسعار،ص١٧٧ وبسيوني، الحرية الاقتصادية ، ص٥٥٨-٥٦٠.

(5) العبادي، الملكية في الشريعة الإسلامية، ٤٦/٢، وهاشم ، المدخل إلى الاقتصاد التحليلي، ص٣٦٧ وعبــد القادر، دراسات في الاقتصاد والمعاملات المعاصرة،ص٤١.

(6) عفر، الاقتصاد الإسلامي ، ١٧٧/١ .

- المشروعات الاحتكارية الكبيرة تؤثر على القوة السياسية في المجتمع ، وتوجيهها الوجهة التي تتبناها مما يخلق مشاكل كثيرة وكبيرة ، تنعكس سلباً على المستهلكين [١].

- ينتج عنه نشوء الطبقية في المجتمع المسلم؛ وذلك بنماء مال التاجر المحتكر، وزيادة الفقر في قطاع المستهلكين .

ولما كان الاحتكار يسبب هذه الأضرار وغيرها كان تحريمه ومنعه تدبيراً تشريعياً لحماية المستهلك واستقرار حياته وتعاملاته .

وجاء في المادة (٥) فقرة (أ) من قانون التموين الأردني ما نصه: للوزير أن يطلب من أصحاب المصانع ، والمحلات التجارية ، والمستوردين في المملكة أن يقدموا إليه ما يلي – خلال المدة التي يحددها[٢] :

١) كشفاً بالمستودعات والمخازن العائدة لهم ،وعددها ، وموقع كل منها، وذلك لاعتمادها من قبل الوزارة ، كمخازن ومستودعات تجارية ، وتسجيلها لدى الوزارة بتلك الصفة، وذلك للمواد والسلع الغذائية والتموينية ، والسلع الأخرى التي يحددها مجلس الوزراء .

٢) كشفاً أو أكثر ، بالمواد الغذائية الأساسية والمواد التموينية ، والسلع الموجودة في محلاتهم ، ومصانعهم ومستودعاتهم ، ومخازنهم في أي وقت مع بيان تاريخ انتهاء صلاحية كل سلعة ، أو مادة للاستهلاك البشري .

---

(1) المرجع السابق .

(2) عبده، حماية المستهلك في الفقه الاقتصادي الإسلامي، ص ٢١٣ وما بعدها .

وتتولى الوزارة مراقبة تلك المستودعات ، والمخازن التجارية العائدة لتجار الجملة ، والتي تخزن فيها المواد الأساسية ، وأي سلع أو مواد أخرى يقرر مجلس الوزراء إخضاعها ، أو إخضاع تخزينها لأحكام هذه المادة.

هذا وقد نصت المادة (٦) من القانون نفسه فقرة (د) على عقوبة مانع السلع ، أو محتكرها على الآتي :" يعاقب بغرامة لا تقل عن ثلاثين ديناراً ، ولا تزيد على ثلاثمائة دينار ، أو بالحبس مدة لا تقل عن أسبوع واحد، ولا تزيد عن أسبوعين ، أو بكلتا العقوبتين، حسب مقتضى الحال إذا امتنع عن بيع أي مادة من المواد الغذائية الأساسية أو التموينية".

كما نصت المادة (٧) على الآتي:" يعاقب بالحبس مدة لا تقل عن شهر واحد ، ولا تزيد على ستة أشهر ، أو بغرامة لا تقل عن خمسمائة دينار ، ولا تزيد على ألف دينار، أو بكلتا العقوبتين، ويجوز للمحكمة حجز السلعة موضوع المخالفة أو مصادرتها حسب مقتضى الحال : كل من أخفى عن المشتري أو المستهلك أي مادة غذائية أساسية أو أي مادة أخرى قابلة للأكل والشرب".

واتفق القانون مع الشريعة في حرمة الاحتكار، وأنه يشكل خطراً على مجموع المستهلكين [١] .

المبحث الثالث : التدابير التشريعية لحماية المستهلك عند إبرام العقد.

للتدابير التشريعية لحماية المستهلك عند إبرام العقد، صور مختلفة ؛ منها :-

---

[1] الدوري ، مفهوم الاحتكار وآثاره في الفقه الاسلامي ، ص ١٦-٣٣، عبده ، حماية المستهلك في الفقه الاقتصادي ، ص،٢٠٤-٢٠٦ .

المطلب الأول : اشتراط الأهلية في المستهلك .

إن من العوامل الأساسية في تكوين العقد العاقدين ، وعبارتهما هي ركن العقد المكون له، وعليها يرتب الشارع الآثار وتُبنى الأحكام، ولكن الناس ليسوا على درجة واحدة في صلاحيتهم للتعاقد وإنشاء العقود، بل هم متفاوتون في ذلك تبعاً لتوافر الأهلية والولاية وعدم توافرهما ، وتبعاً لمدى تمتعهم بهما أو تمتعهم بإحداهما دون الأخرى [١].

وتعرف الأهلية بأنها :" صلاحية الإنسان أو الشخص بوجوب الحقوق المشروعة له أو عليه، وصلاحيته بصدور التصرفات منه على وجه يعتد به شرعاً، وبعبارة أخرى : هي صلاحية الشخص للالتزام والإلزام" [٢].

وتنقسم الأهلية بهذا المعنى إلى [٣]:

- أهلية وجوب :

وهي صلاحية الشخص لأن تثبت الحقوق المشروعة له أو عليه؛ ويعبر عنها الفقهاء بالذمة ، فالذمة صفة شرعية أو أمر تقديري اعتباري فُرِضَ موجوداً ، ليكون محلاً للحقوق وسائر الالتزامات والتكليفات، وتثبت للشخص بمجرد وجود الحياة فيه " [٤] .

---

[1] البعلي، ضوابط العقود ، ٧٦/١ .

[2] القاضي، ملتقى البحرين، ص٣٩، والشيخلي، عوارض الأهلية ، ص١٨وازبيده ، النظرية العامة للأهلية ص١٩-٢٠، والخطيب ، الأهلية المدنية،ص١٦، والبعلي ، ضوابط العقود،٧٦/١.

[3] الخطيب ، الأهلية المدنية، ص١٦-١٧، ازبيده ، النظرية العامة للأهلية ،ص٢٣ وما بعدها .

[4] أبو زهرة ، الملكية ونظرية العقد، ص٣٠٤، شوكت، نظرية العقد ،ص٤٩، وما بعدها .

وأهلية الوجوب قد تكون كاملة ، وتثبت للشخص بمجرد ولادته حياً، وقد تكون ناقصة: وهي صلاحية الشخص بثبوت الحقوق له فقط وتثبت

للجنين قبل ولادته [١] ، كثبوت توريث الحمل دون ميراثه.

ولما كانت أهلية الوجوب بشكليها لا تؤثر في إنشاء العقود ، إذ قد يكون الشخص ذا أهلية وجوب كاملة ومع ذلك لا يكون أهلاً لإنشاء العقد كما في الصغير غير المميز .

- أهلية الأداء :

هي صلاحية الشخص لأن يُنشيء حقوقاً ويلتزمها ، أو صلاحيته لأن يلتزم بحقوق ينشيء أسبابها القولية ويوجدها، وهي أهلية المعاملة[٢] بين الناس وصلاحية أقواله؛ لأن تكون منشئة للحقوق له وعليه ، فاشتراط هذه الأهلية تدبير تشريعي لحماية المستهلك . فالصبي غير المميز والمجنون والمعتوه ليس لهم أهلية أداء ؛ لأن عباراتهم غير صالحة لأن تكون سبباً لإنشاء حقوق لهم أو لغيرهم .

فالعبارة التي تنشأ بها التصرفات الشرعية هي تلك التي يفهم قائلها معناها ويقصدها، والمراد منها في عرف الناس وما يترتب عليها من الآثار في الجملة .

وضابط أهلية الأداء هو : العقل والتمييز، فحيثما وُجِد العقل ومعه التمييز توجد أهلية الأداء، وتكون كاملة وناقصة تبعاً لكمال العقل ونقصانه [٣].

---

[1] البعلي ، ضوابط العقود في الفقه الإسلامي، ١/٧٧، ازبيدة، النظرية العامة للأهلية ، ص٢٦ .

[2] أبو زهرة ، الملكية ونظرية العقد ،ص٣١٢.

[3] البعلي ، ضوابط العقود ،ص٧٧-٧٨.

أنواع أهلية الأداء :

- أهلية أداء كاملة ، وتثبت للبالغ العاقل الرشيد الذي لم يحجر عليه لأي سبب من الأسباب، ومن كان كذلك كان صالحاً لإنشاء جميع العقود والتصرفات المشروعة، فالمفروض أنه لا يتصرف إلا عن روية وتفكير .

- أهلية أداء ناقصة أو قاصرة ، وتثبت لمن كان عنده أصل تمييز ، ولكن لم يكن عنده كمال في العقل ، بأن كان غير بالغ أو كان ناقص العقل مع وجود التمييز ، أو كان بالغاً عاقلاً ولكن يوجد في تصرفاته ما يدل على نقصانه من حيث تدبيره للمال ، ومن هولاء : الصبي المميز ، والمعتوه المميز، والسفيه ومن في معناه ،وهو ذو الغفلة، فهؤلاء جميعاً ناقصوا أهلية الأداء ؛ لأن أصل التمييز عندهم ، ولكن ينقصهم كمال العقل وحسن التدبير .

فكان اشتراط الأهلية في المقِدم على التعاقد تدبيراً تشريعياً لحمايته، لأن الإسلام يحرص على استقرار معاملات الناس ، وعلاقتهم التبادلية، فالمؤهل للتعاقد؛ لا يقدم عليه إلا بدراسة للعقد وتفكيرٍ فيه وروية ؛ وبالتالي لا يتحصل ضرر بالنسبة له؛ لأن ما أقدم عليه من العقود كان بتخطيط وموازنة وبناء عليه يتخذ القرار السليم في تصرفاته وتعاقداته، وأما فاقد الأهلية؛ فلا يستطيع أن يخطط لشرائه وتعاقده ، ولا يملك التفكير الصحيح لاتخاذ القرار السليم في الشراء، ولهذا كان اشتراط الأهلية في المستهلك تدبيراً تشريعياً لحمايته وحماية ماله وتصرفاته .

المطلب الثاني : اشتراط الولاية (وجود الولي) عند عدم تحقق الأهلية في المستهلك .

لما كان الإنسان اجتماعياً بطبعه، وكان التعاون بين الناس ضرورة لا بد منها، فقد وجب على القوي أن يعين الضعيف ، وعلى الكبير أن يعين الصغير، فكان من الطبيعي أن يُختار لمن لا يقدر على إدارة شؤونه بنفسه من يتولى أمره، والولي يحمي فاقد الأهلية من الغير ويتولى أموره[١] ولذا كان اشتراط الولي في العقد عن فاقد الأهلية تدبيراً تشريعياً لحمايته .

والولاية: سلطة شرعية تمّكن من تثبت له من إنشاء العقود والتصرفات ، وتنفيذها وترتيب الآثار الشرعية عليها [٢].

ولاية الشخص على غيره[٣]:

وهذه الولاية قد تكون مستمدة من الشارع ابتداءً من غير إنابة أحد، ولا تكون إلا للأب أو الجد الصحيح (أب الأب) على الصغير ، ومن في حكمه، ولا يملك أحدهما التنازل عنها ، وتستمر حتى يزول سببها .

وقد تثبت الولاية على الغير بطريق النيابة ، كما في ولاية الوصي الذي أقامه الأب أو الجد أو القاضي على الصغير أو من في حكمه [٤].

ولهذا النوع من الولاية ترتيب، وللولي أو الوصي فيه تصرفات لها شروط ويراعى فيها مصلحة المولي عليه – ليس هنا مجال تفصيلها فمكانها في الأحوال

---

[1] الزرقا، الفقه الإسلامي في ثوبه الجديد ، ٨١٥/٢.

[2] البزدوي، كشف الأسرار،٣٣/١، ومدكور، المدخل للفقه الإسلامي ،ص٤٦٥ والبعلي، ضوابط العقود في الفقه الإسلامي ،ص٩٨ .

[3] الشيخلي ،عوارض الأهلية ،ص ٣٣٩، وضوابط العقود ، ٩٩/١ ، والخطيب ، الأهلية المدنية ،ص ٢٨.

[4] الشيخلي، عوارض الأهلية،ص٣٣٩.

الشخصية أنسب – وتنقسم الولاية على الغير إلى نوعين [١] .

أقسام الولاية على الغير :

أ- ولاية على النفس : وتكون في الأمور المتعلقة بشخص المولي عليه من تعليم وتزويج ، وغيرها .

ب- ولاية على المال : وتكون في التصرفات المتعلقة بالمال ؛ مثل ولاية الأب ، أو وصيه على أموال الصغير .

وهذه الولاية التي يكون اشتراطها تدبيراً تشريعياً لحماية المستهلك الفاقد الأهلية .

ج- ولاية الشخص على العقد بتوكيل من صاحب الشأن ، الموكل؛ وهي نوع من الولاية النيابية التي يستمدها الشخص (الولي) ممن أنابه[٢].

شروط الولي[٣] :

للولي على المستهلك فاقد الأهلية شروط هي :-

أ- أن يكون عاقلاً: فلا ولاية للمجنون والصبي غير المميز على نفسه ، ومن ثم فلا ولاية له على غيره من باب أولى، أي لا بد للولي من اكتمال الأهلية .

ب- اتحاد الدين بين الولي والمولى عليه .

ج- القدرة على التصرفات التي تدخل في ولايته مع كونه أميناً .

فاشتراط الولي على المستهلك فاقد الأهلية تدبيراً تشريعياً لحمايته ، وذلك لأن

---

(1) البعلي، ضوابط العقود في الفقه الإسلامي ، ٩٩/١.

(2) الشيخلي، عوارض الأهلية،ص٣٣٩-٣٤٠، والبعلي، ضوابط العقود،١٠٠/١ .

(3) الخطيب، الأهلية المدنية في التشريع الإسلامي، ص٣٠، والبعلي، ضوابط العقود في الفقه الإسلامي،١٠٠/١.

الولي يحفظ عليه ماله ، ويخطط لنفقاته؛ فلا ينفق أو يتعاقد له إلا بتفكر وتروٍ بما يصلح له ؛ فهو –أي الولي – بمثابة المدبر للمولى عليه، فلا يقع المولى عليه تحت غرر أو ظلم بسبب تصرفه ، وهذا تدبير تشريعي يعمل على حماية المولى عليه .

المطلب الثالث : الحجر على السفيه .

الحجر لغة : التضييق ومطلق المنع [١] ، ولهذا سمي العقل حِجراً في قوله تعالى : " هَلْ فِي ذَٰلِكَ قَسَمٌ لِّذِي حِجْرٍ "[٢] ، أي : عقل ، وإنما سمي بذلك ، لانه يمنع صاحبه من فعل ما قبح، وإتيان ما تضر عاقبته، ولذلك سمي الحرام حجراً، ومنه قوله تعالى: " وَيَقُولُونَ حِجْرًا مَّحْجُورًا "[٣] ، أي : محرماً .

والحجر شرعا: منع الإنسان من التصرف في ماله [٤] ، وعرفه الحنفية بأنه :" عبارة عن منع مخصوص بشخص مخصوص عن تصرف مخصوص ، أو عن نفاذه " [٥] ، والمراد تصرف قولي لا فعلي، لأن الفعل بعد وقوعه لا يمكن رده بهذا الإعتبار، وعرفه المالكية بأنه:" منع المالك من التصرف في ماله لمنفعة نفسه أو غيره "[٦].

ويلاحظ على هذه التعاريف أنه يجمعها بالجملة قاسم مشترك، وهو منع المالك من

---

(1) ابن منظور، لسان العرب، مادة حجر،١٦٧/٤، والزمخشري ، أساس البلاغة، ص١١٣.
(2) سورة الفجر آية ٥ .
(3) سورة الفرقان ، آية ٢٢ .
(4) البهوتي ،كشاف القناع،٤٠٤/٣، ٤٠٤/٣، وابن قدامة، المغني،٣٤٣/٤، والشربيني،مغني المحتاج، ١٦٥/٢ .
(5) ابن عابدين، حاشية ابن عابدين، ١٤٣/٦، الزيعلي ، تبيين الحقائق، ١٩٠/٥ .
(6) الدسوقي، حاشية الدسوقي، ٢٩٢/٣، والأزهري، جواهر الآكليل ، ٩٧/٢ .

التصرف في ملكه لسبب وَرَدَ الشرعُ به [١] .

هذا وقد درج الفقه الإسلامي على تقسيم الحجر إلى نوعين [٢] ، وذلك تبعاً للمصلحة التي يحميها .

أحدهما : الحجر لمصلحة الغير ، وهذا يشمل أنواعاً عديدة منها حجر الراهن لحق المرتهن، وحجر المريض لحق الورثة، وحجر المرتد لحق المسلمين، وحجر المفلس لحق الغرماء .

وثانيهما : الحجر لمصلحة صاحب المال نفسه، وهو ما اصطلحوا على تسميته بالحجر لحفظ نفسه ، وهو الحجر على الصبي والمجنون، والسفيه المبذر لماله، وهذا النوع من الحجر الذي يعد تدبيراً تشريعياً لحماية المستهلك ومنع الإضرار به.

ولقد ثبت الحجر على السفيه بعدة نصوص قرآنية منها ، قوله تعالى : " يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوٓاْ إِذَا تَدَايَنتُم بِدَيْنٍ إِلَىٰٓ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَٱكْتُبُوهُ ۚ وَلْيَكْتُب بَّيْنَكُمْ كَاتِبٌۢ بِٱلْعَدْلِ ۚ وَلَا يَأْبَ كَاتِبٌ أَن يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ ٱللَّهُ ۚ فَلْيَكْتُبْ وَلْيُمْلِلِ ٱلَّذِى عَلَيْهِ ٱلْحَقُّ وَلْيَتَّقِ ٱللَّهَ رَبَّهُۥ وَلَا يَبْخَسْ مِنْهُ شَيْـًٔا ۚ فَإِن كَانَ ٱلَّذِى عَلَيْهِ ٱلْحَقُّ سَفِيهًا أَوْ ضَعِيفًا أَوْ لَا يَسْتَطِيعُ أَن يُمِلَّ هُوَ فَلْيُمْلِلْ وَلِيُّهُۥ بِٱلْعَدْلِ ۚ ... [٣]. فلقد دلت هذه الآية الكريمة على مشروعية الحجر على السفيه بشكل عام .

---

[1] الهميم ، الدولة ووظيفتها الإقتصادية ، ص٥٠٨ .
[2] المرجع السابق .
[3] سورة البقرة ، آية ٢٨٢ .

وقوله تعالى : "وَلَا تُؤْتُوا۟ ٱلسُّفَهَآءَ أَمْوَٰلَكُمُ ٱلَّتِى جَعَلَ ٱللَّهُ لَكُمْ قِيَٰمًا وَٱرْزُقُوهُمْ فِيهَا وَٱكْسُوهُمْ "(١)

حكم الحجر على السفيه :

اتفق الفقهاء على وجوب الحجر على الأيتام الذين لم يبلغوا الحلم ، وذلك لقوله تعالى : "وَٱبْتَلُوا۟ ٱلْيَتَٰمَىٰ حَتَّىٰٓ إِذَا بَلَغُوا۟ ٱلنِّكَاحَ فَإِنْ ءَانَسْتُم مِّنْهُمْ رُشْدًا فَٱدْفَعُوٓا۟ إِلَيْهِمْ أَمْوَٰلَهُمْ..." (٢).

واختلفوا في الحجر على البالغين والعقلاء ، إذا ظهر منهم تبذير لأموالهم ، وعدم القدرة على حفظها وتثميرها سواء كان السفه مستمراً ؛ بمعنى أنه متصل من الصغر إلى البلوغ ، أو بلغ رشيداً ثم عاوده السفه والتبذير وقلة التدبير .

وقد عَرَف الفقه الإسلامي ثلاثة اتجاهات في هذا السبيل (٣) :-

الاتجاه الأول : ويذهب إلى جواز الحجر على الكبير العاقل ، إذا كان مبذراً لماله ابتداءً، وذلك بقضاء القاضي وحكمه ، وإلى هذا ذهب الحنفية –الا ابا حنيفة– والمالكية والشافعية والحنابلة(٤) ، واستدلوا بما يلي :-

أولاً: قوله تعالى : " فَلْيَكْتُبْ وَلْيُمْلِلِ ٱلَّذِى عَلَيْهِ ٱلْحَقُّ وَلْيَتَّقِ ٱللَّهَ رَبَّهُۥ وَلَا يَبْخَسْ مِنْهُ شَيْـًٔا ۚ فَإِن كَانَ ٱلَّذِى عَلَيْهِ ٱلْحَقُّ سَفِيهًا أَوْ ضَعِيفًا أَوْ لَا يَسْتَطِيعُ أَن يُمِلَّ هُوَ فَلْيُمْلِلْ وَلِيُّهُۥ بِٱلْعَدْلِ " (٥).

وجه الاستدلال ؛ أن الله تعالى قد خاطب البالغين الذكور، والإناث بوجوب كتابة

---

(1) سورة النساء ، آية (٥) ، عبد السلام العبادي ، الملكية ، ٨٨/٢ .

(2) سورة النساء ، آية ٦.

(3) الهميم، الدولة ووظيفتها الاقتصادية ، ص٥١٩ وما بعدها .

(4) السرخسي: المبسوط، ١٥٧/٢٤، وابن رشد ، بداية المجتهد ، ٣١١/٢، والشافعي ، الأم ، ١٠٥/٨و ٢١٨/٣، وابن العربي، أحكام القرآن ، ٣٢٢/١، والشربيني، معنى المحتاج ، ١٧٠/٢ .

(5) سورة البقرة ، آية ٢٨٢.

الدين وإملاله، ومما لا شك فيه أن الإملال هو نوع من الإقرار ، وهذا يدل على جواز الإقرار على من صدر منه، والله تعالى لا يأمر بالإملال الذي هو إقرار إلا البالغ، بدلالة أن إقرار غير البالغ ؛ أو انكاره أو صمته سواء في الحكم ، والله تعالى قد عقب بأن الذي عليه الحق إذا كان سفيهاً فإن وليه يقوم مقامه في الإقرار، فأثبت الولاية على السفيه، ووضع عنه فرص إملال ذلك للعلة التي ذكرها، وعذره بترك الإملال لأجلها، وأمر عند سقوط فرص ذلك عنه أن يمل ولي السفيه عنه، ولم يفرق في ذلك بين أن يبلغ محجوراً سفيهاً، أو طرأ السفه عليه بعد بلوغه رشيداً [١] ، فهذه الآية تفيد التنصيص على إثبات الولاية على السفيه وأنه مولى عليه ، ولا يكون ذلك إلا بعد الحجر .

ثانيــاً : ورود العديد من الوقائع عن النبي – صلى الله عليه وسلم – التي تفيد الحجر على السفيه منها قصة الرجل الذي جاء ببيضة من ذهب أصابها في معدن، فقال : " يا رسول الله خذها مني صدقة، فوالله مالي مال غيرها فاعرض عنه ، فأعاد فحذفه بها ، ثم قال : يأتي أحدكم بماله لا يملك غيره فيتصدق به ، ثم يقعد بعد ذلك يتكفف الناس، إنما الصدقة عن ظهر غني" [٢] ، فهذه الواقعة تفيد الحجر على السفيه البالغ العاقل طالما أنه لا يتمتع بالرشد ، وكان مبذراً لماله .

---

[1] الشافعي، الام، ٢١٨/٣، والجصاص ، أحكام القرآن،٤٨٧/١، وابن العربي ، أحكام القرآن ، ٢٥٠/١و ٣٢٣ .

[2] أبو داود ، السنن، كتاب الزكاة، باب الرجل يخرج من ماله، ح١٦٧٣، ١٢٨/٢ ، والشوكاني، نيل الأوطار، ٢٧٩/٥، وابن حجر ، فتح الباري، ٥٣/٥ ، والحديث صحيح رواه إبن حزم ، المحلى بالآثار ، ٨٧/٢ ، مسألة رقم ١٦٣٣ ، دار الفكر .

ثالثاً: أن الحجر إنما وجب على الصغير لمعنى التبذير الذي يوجد فيه في الغالب، فوجب الحجر على من يوجد فيه هذا المعنى، وإن لم يكن صغيراً، ذلك لأن الحكم يدور مع علته وجوداً أو عدماً (١).

الاتجاه الثاني : يذهب هذا الاتجاه إلى أن الرجل إذا بلغ حــراً عــاقلاً ، فإنــه لا يحجر عليه وإن كان سفيهاً، وتصرفه جائز حتى وإن كان مفسداً لماله متلفاً لـــه، فيما لا غرض فيه أو مصلحة ، ويذهب هذا الاتجاه إلى وضع سقف زمني لـــدفع المال، وتسليمه في حالة بلوغ الغلام وهو غير رشيد ، وهي مقدرة عندهم بخمسة وعشرين عاماً، فلا يسلم إليه ماله قبل هذا السن، فإن بلغها سلم إليه ماله وجوبــاً، ولو منعه الولي منه بعد طلبه ثم تلف ضمن، وقبل طلبه لا ضمان بغض النظــر عن إيناس الرشد من عدمه، ويلاحظ أن تصرفه في الفترة الواقعة بين البلوغ، وسن الخامسة والعشرين، تصرف نافذ وإن لم يسلم إليه ماله في هذه الفترة ، وإلى هذا ذهب أبو حنيفة (٢) .

الاتجاه الثالث : ويذهب أصحاب هذا الاتجاه إلى عدم جواز الحجر على أحد فـــي ماله إلا من لم يبلغ أو على مجنون في حالة جنونه ، فهذان هما اللذان لا ينفذ لهما أمر في مالهما ، فإذا بلغ الصغير جاز من تصرفه في مالـــه كغيـــره ولا فـــرق؛

---

(1) السرخسي، المبسوط، ١٥٨/٢٤، وابن رشد ، بدايـــة المجتهـــد، ٣١١/٢، والهمـــيم ، الدولـــة ووظيفتهـــا الاقتصادية ، ص٥٢١.

(2) الزيعلي ، تبيين الحقـــائق، ١٩٢/٥، والسرخـــسي، المبـــسوط،١٥٧/٢، وابـــن عابـــدين، حاشـــية ابـــن عابدين،١٤٧/٦، والجصاص، أحكام القرآن ، ٤٨٩/١ .

يستوي في ذلك كله الذكر والأنثى ، وهكذا فإن هذا الاتجاه لا يرى الحجر على السفيه المبذر لماله متى حصل البلوغ ، ووقع العقل وإلى هذا ذهب الظاهرية [١].

فالحجر على السفيه الصغير أو الكبير العاقل المبذر لماله ، فيه مراعاة لمصلحة المستهلك السفيه، من هنا كان الحجر عليه تدبيراً تشريعياً لحمايته ومنع تبذيره لماله وضياع مدخراته؛ وتنظيم نفقاته وتلبية حاجاته ومتطلباته.

فتحديد إنفاق غير المدبر بدراسة الإنفاق والتخطيط له ، وما يرغب به من استثمارات ومصالح راجحة ، يعطي المستهلك الاستقرار والاطمئنان بأن حقوقه محفوظة وأن أمواله مصونة، فلا يلجأ شخص إلى استغلاله – لسفهه– ولا يعمد آخر إلى الطمع فيه، فتصرفه مرهون من مؤهلٍ ومدبرٍ .

وينتهي الحجر على السفيه عند الفقهاء على رأيين:

الأول : أن الحجر لا يرتفع عن السفيه بمجرد زوال السفه عنه ، بل لا بد فيه من قضاء القاضي وحكمه، وإلى هذا ذهب المالكية [٢]وجمهور الشافعية[٣] والحنابلة [٤] وأبو يوسف من الحنفية [٥] .

الثاني : أن رفع الحجر عن السفيه لا يحتاج الى قضاء القاضي ، كما أن الحجر عليه ابتداء لا يحتاج الى قضاء القاضي ، وهو رأي محمد بن الحسن من

---

(1) ابن حزم ، المحلي ، ٢٧٨/٨.
(2) عليش، شرح منح الحليل، ١٧٢/٣ .
(3) الرافعي، فتح العزيز، ٢٨٥/١٠، والشيرازي، المهذب ، ٣٩/١، والشافعي ، الام ، ١٠٥/٨ .
(4) البهوتي، كشاف القناع، ٤٤٠/٣، وابن قدامة ، المغني، ٣٥٢/٤.
(5) السرخسي، المبسوط ، ١٦٣/٢٤ .

الحنفية [1] ، وبعض الشافعية[2].

الرأي الراجح : والرأي الأول أقرب الى الصواب ، لأن فيه ضـبطاً للمـسألة ، فالقاضي يكون حكمه بتأنٍ وروية ، ويراعي فيه مصلحة جميع الاطـراف – والله اعلم – .

ونص القانون المدني الأردني على الحجر على السفيه، حيث ورد فـي المـادة (١٢٧) من القانون ما نصه : "وأما السفيه وذو الغفلة ، فتحجر عليهما المحكمـة، وترفع عنهما وفقاً للقواعد والإجراءات المقررة في القانون"، وورد في الفقرة الثالثة من المادة (١٢٧) في شأن إبلاغ المحجور :" ويبلغ قرار الحجر للمحجور ويعلـن للناس ".

وتوسعت الشريعة في تفصيلات الحجر على السفيه ، ببيان أنواعه ، واحكامه ، لما يتعلق بذلك من حقوق وواجبات [3] .

المطلب الرابع : الضوابط لإجراء العقود بوسائل الاتصال الحديثة .

تقسم الوسائل الحديثة لإجراء العقود إلى قسمين : قسم لنقـل الـصوت واللفـظ، كالهاتف والمذياع والتلفاز والأجهزة اللاسلكية ، وقسم لنقل المكتوب مثل : البرقية و(التلكس) و(الفاكس) .

---

(1) المرجع السابق .

(2) الرافعي ، فتح العزيز ، ٢٨٦/١٠ .

(3) الزيلعي ، تبيين الحقائق ، ١٩٠/٥ ، الهميم ، الدولة ووظيفتها الاقتصادية ، ص٥٠٨.

ولإجراء العقود بهذه الوسائل ضوابط عامة [1]، تعتبر بمثابة تدابير تشريعية لحماية المستهلك ، وبيانها فيما يلي :-

أولاً : حماية العقود من التزوير ، بما أن هذه العقود تتم عن طريق الهاتف ، أو التلفاز ، أو المذياع ، أو اللاسكلي ؛ فإن احتمال التزوير فيها بتقليد الصوت ، أو غير ذلك يبقى وارداً ، ولحماية المتعاقدين من هذه الاحتمال فينبغي مراعاة الأمور التالية ما أمكن :

- أن يتم الاشهاد على هذه العقود .

- أن تتوافر شروط الأهلية في العاقد كما سبق بيانه .

- اشتراط الولي للمستهلك فاقد الأهلية في مثل هذه العقود ضرورة شرعية، وتدبير تشريعي، لأن الولي يدير شؤونه ويحفظ عليه أمواله .

- اعتماد مبدأ الحيطة والحذر في هذه العقود ، لحفظ الحقوق ، وذلك بالتأكد من حقيقة المتعاقد وهل هو المطلوب أو لا؛ تدبير تشريعي لحماية المستهلك ،فهذا المبدأ يحمي المستهلك من التزوير ، والتلاعب به وبعقوده .

- استحضار مفاهيم شرعية لحماية المستهلك عند العقد ، والحث عليها ؛كالنهي عن التزوير ، وشهادة الزور ، وغش وخداع الناس ، والكذب عليهم .

فإذا وجدت هذه الضوابط في هذه التعاقدات ؛ فإن المستهلك سيطمئن لأن عقوده فيها مضمونة ومحفوظة .

---

[1] القرة داغي، حكم إجراء العقود بوسائل الاتصال الحديثة ، ص٣٧-٤١ .

- امكانية تأخير دفع المستهلك للثمن لحين وصوله مطلوبه .

ثانياً: البعد عن الربا ، فإن العقود بهذه الوسائل الحديثة تصح فيما لا يشترط فيه القبض الفوري، أما إذا بيع ربوي بمثله فلا يصح العقد بهذه الوسائل، إلا إذا تم القبض[١] ، كما دل على اشتراط القبض الفوري الأحاديث الصحيحة الثابتة ، ومنها ما روى عن النبي – صلى الله عليه وسلم – " أنه نهى عن بيع الذهب بالذهب، والفضة بالفضة والبر بالبر والشعير بالشعير، والتمر بالتمر والملح بالملح ، إلا سواء بسواء عيناً بعين ، فإذا اختلفت هذه الأصناف فبيعوا كيف شئتم إذا كان يداً بيد "[٢] .

فالتعاقد بهذه الوسائل فيما لا يشترط فيه القبض الفوري ، تدبير تشريعي لحماية المستهلك من الربا وأضراره .

ثالثاً : إن مجلس العقد بالهاتف واللاسلكي ونحوهما ، ينتهي بانتهاء المحادثة، إلا إذا كان العقد يتم من خلال المزايدة، حيث ذهب المالكية إلى أن الشخص الذي يعرض رضاه بثمن معين في المزايدة ليس له حق الرجوع حتى ولو طال ، يقول العلامة الصاوي: " ولا يضر في البيع بفصل بين الإيجاب والقبول، إلا أن يخرج عن البيع لغيره عرفاً، وللبائع إلزام المشتري في المزايدة ولو طال حيث لم يجر

---

(1) الكاساني، بدائع الصنائع، ٣١١٥/٧،وابن نجيم، البحر الرائق، ١٣٧/٦، والدسوقي ،حاشية الدسوقي،٤٧/٣، وابن رشد، بداية المجتهد، ١٣/٢، والنووي، الروضة ، ٣٧٧/٣ونهاية المحتاج ، ٤٢٨/٤، وابن قدامة ، المغني، ٤/٥-٧، والموسوعة الفقهية الكويتية ٢٠٦/١ .

(2) البخاري، صحيح البخاري، كتاب البيوع، ٢٧٧/٤، مسلم ، الصحيح، المساقاة، ١٢٠٨/٣.

عرف بعدمه " [١] .

فعلى ضوء هذا نقول [٢]: إذا اتصل شخص عبر الهاتف بمدير المزاد، فعرض عليه قبوله مبلغاً معيناً، ثم أغلق الهاتف، ورسا عليه بنفس المبلغ، فإنه لا مندوحة له من قبوله بالعقد ، وهذا رأي له وجاهته واعتباره حيث يؤدي إلى حماية العقود من الفوضى والاضطراب ، والإضرار بالناس، لأنه إذا لم يُلزم به يؤدي إلى الإضرار بالبائع مثلاً، لأنه أنهى المزاد لأجله، والضرر ممنوع في الشريعة لقوله صلى الله عليه وسلم :" لا ضرر ولا ضرار " [٣].

والقول السابق بأن مجلس التعاقد بالهاتف ينتهي بمجرد انهاء المحادثة خاص فيما إذا لم يعط أحدهما للآخر المهلة ، أو لم يشترط لنفسه الخيار، فإذا اشترط أحدهما ، أو كلاهما ذلك، فإن لمن له الخيار أو المهلة أن يقبل في المدة المعنية .

فاشتراط الخيار في التعاقد بهذه الوسائل تدبير تشريعي لحماية المستهلك إذ يعمد المستهلك إلى دراسة العقد دراسة صحيحة ومتأنية ، وقد يجد ما يريد من السلع عند تاجر آخر بسعر أقل أو بمواصفات أفضل .

وأما في حالة عدم اشتراط الخيار أو المهلة ، فعلى المستهلك المتعاقد أن يلتزم بالعقد .

---

[1] بلغة السالك ، ٣٤٥/٢ .

[2] القرة داغي ، حكم اجراء العقود بوسائل الاتصال الحديثة ، ص٤٠.

[3] مالك، الموطأ، كتاب الأقضية، ص٤٦٤، وابن ماجه ، السنن ، كتاب الأحكام ، ٧٨٤/٢ .

المبحث الرابع : التدابير التشريعية لحماية المستهلك عند تنفيذ العقد .

المطلب الأول : الخيارات في العقود .

أباح الشارع الخيار استبقاء للمودة بين الناس ودفعاً للضغائن والأحقاد في أنفسهم،إذ قد يشتري الواحد السلعة أو يبيعها لظرف خاص يحيط به بحيث لو ذهب ذلك الظرف ندم على بيعها أو شرائها، ويعقب ذلك الندم غيظ فضغينة وحقد وتخاصم ، وتنازع إلى غير ذلك من الشرور والمفاسد ، التي يحذر منها الدين ويمقتها كل المقت ، فمن أجل ذلك جعل الشارع للعاقد فرصة يحتاج فيها للتروي ومراجعة نفسه ، ويزن فيها سلعته في جو هادئ [١] ؛ كتدبير تشريعي لحمايته وحفظ حقوقه وصيانة تصرفاته وتعاقداته، وهذه الفرصة ذات الحيطة للمستهلك في التعاقد والقرارات الشرائية التعاقدية هي الخيارات ويقصد بالخيار: أن يكون لأحد العاقدين أو لكليهما حق إمضاء العقد أو فسخه أو حق اختيار هذا المبيع أو ذاك[٢].

والخيارات أنواع [٣] منها : -

- خيار الشرط :

وهوأن يشترط في العقد الخيار مدة معلومة فيثبت فيها الخيار وإن طالت كالحنابلة [٤]، والبعض اشترطها بثلاثة أيام أو أقل كالحنفية [٥]، وقد ثبتت

---

[1] الشرنباصي، حماية المستهلك في الفقه الإسلامي ، ص٢٠٤ .
[2] الخياط ، نظرية العقد والخيارات في الفقه الإسلامي ، ص١٥٥.
[3] للاستزادة في الخيارات وأنواعها والمقصود بها وأقوال العلماء فيها، ينظر الخياط ، نظرية العقد ص١٥٥-٢٤٥ ، والشرنباصي، حماية المستهلك ، ص٢٠٤-٢٣٩ .
[4] ابن قدامة ، المغني ، ٦١/٤ .
[5] الحصفكي ، الدر المختار ، ص ٤٠١.

مشروعية خيار الشرط بحديث حبان بن المنقذ حيث كان يغبن في المبيعات فقال عليه السلام : " إذا ما بايعت فقل لا خلابة، ولي الخيار ثلاثة أيام " [١].

ورد في المادة (١٧٧) من القانون المدني الأردني بشأن خيار الشرط ما نصه: "في العقود اللازمة التي تتحمل الفسخ يجوز للعاقدين ، أو وليهما ، أن يشترطا في العقد، أو بعده الخيار لنفسه، أو لغيره المدة التي يتفقان عليها، فإن لم يتفقا على تحديد المدة ؛ جاز للقاضي تحديدها طبقاً للعرف".

وخيار الشرط ثابت في الشريعة الاسلامية ، على خلاف بين الفقهاء في تحديد مدته[٢] .

- **خيار الرؤية :**

وهو يعني أن المشتري إذا عقد على شيء لم يره فهو بالخيار إذا رآه بين إمضاء العقد أو فسخه [٣].

وقد ثبتت مشروعية خيار الرؤية بقوله – صلى الله عليه وسلم – : " من اشترى شيئاً لم يره فهو بالخيار إن رآه "[٤] .

حيث جاء في المادة (١٨٤) من القانون المدني الأردني حول خيار الرؤية: " يثبت خيار الرؤية في العقود التي تحتمل الفسخ ، لمن صدر له التصرف، ولو لم

---

(1) البخاري، الصحيح ، ح رقم (٢٠١٠) ، ٧٤٥/٢، النسائي ، السنن ، ح رقم (٤٤٨٤) ،٢٥٢/٧، الدارقطني ، السنن ، (٢١٧) ، ٥٤/٣.

(2) ابن عابدين ، الحاشية ، ٥٦٥/٤ ، مجمع الانهر ، ٢٣/٢ ، عبد الحميد الشرواني وابن قاسم ، الحاشية ، ٣٤١/٤-٣٤٢ ، ابن قدامة ، المغني ، ٦١/٤ .

(3) الزحيلي، الفقه الإسلامي وأدلته، ٢٦٧/٤، الصابوني، المدخل لدراسة التشريع الإسلامي ، ٦٠٤/٢ .

(4) الدارقطني، أبو الحسن بن علي بن عمر، سنن الدراقطني، ٢٩٠/٢ ، اخرجه مرسلاً ، وللحديث شواهد تقويه .

يشترطه إذا لم يرَ المعقود عليه ، وكان معيناً بالتعيين ".

وهو ثابت في الشريعة الاسلامية ، ومتفق عليه عند الفقهاء [١] .

- **خيار العيب:**

هو أن يكون لأحد العاقدين الحق في إمضاء العقد أو فسخه إذا وجد عيباً في أحد البدلين ولم يكن صاحبه عالماً به وقت العقد [٢] .

وقد ثبتت مشروعية خيار العيب بقوله – صلى الله عليه وسلم – : " المسلم أخو المسلم، لا يحل لمسلم باع من أخيه بيعاً وفيه عيب إلا بينه له " [٣].

وورد في المادة (٥١٣) من القانون المدني الأردني ما نصه:" إذا ظهر في البيع عيب قديم كان المشتري مخيراً إن شاء رده أو شاء قبله بالثمن المسمى، وليس إمساكه والمطالبة بما أنقصه العيب من الثمن ".

وقد وافق القانون الشريعة في العمل بهذا الخيار ، وهو يدل على رحابة الاسلام ، ويسره ، وحفاظه على حق الافراد من الوقوع في الظلم ، ورفع الحرج عنهم[٤] .

- **خيار التعيين :**

هو حق للعاقد القابل في أن يختار أياً من محال العقد بالثمن أو الأجرة أو غير ذلك

---

[1] ابن الهمام ، شرح فتح القدير ، ٥٣٠/٥ ، الشوكاني ، السيل الجرار ، ص٩٩ ، الحصفكي ، شرح الدر المختار ، ٥٤/٢ ، السمرقندي ، تحفة الفقهاء ، ١٣٥/٢.

[2] النووي، روضة الطالبن،٤٥٨/٣-٤٦٠، ابن مفلح ، المبدع ، ٨٥/٤، الاقناع، الحجاوي، ٩٥/٢، واصل، فريد محمد، الفقه الإسلامي، ٥٠/٣، وأمين ، سيد ، المعاملات الشرعية ، ١/ ٤٢ .

[3] ابن ماجه ، سنن ابن ماجه ، ٧٥٥/٢ ، قال عنه الحاكم : صحيح على شرط الشيخين ولم يخرجاه ، المستدرك ،٨/٢ .

[4] ابن مفلح ، المبدع ، ٨٥/٤ ، النووي ، روضة الطالبين ، ٤٥٨/٣-٤٦٠ .

كما بينه العاقد الموجب[١] .

ولقد ثبت خيار التعيين استحساناً على خلاف القياس؛ ووجه الاستحسان أن الخيار شرع لدفع الغبن عن صاحبه ، والحاجة هنا ماسة إليه ، يختار ما هو الأوفق والأحسن له ، وربما لا يستطيع العاقد الاختيار لنفسه فيحتاج إلى الاستعانة برأي غيره، وربما لا يكون مشترياً أو مستأجراً ، فيكون من الضروري أن يترك الخيار لصاحب الشأن، ولا يمكنه العاقد الموجب من حمل السلعة مثلاً إلا بالشراء، كي لا يبقى أمانة في يده، فتكون مضمونة على المشتري صاحب الشأن، والجهالة يسيره هنا لا خطر فيها ، ولا تؤدي إلى النزاع بسبب تعيين ثمن محل العقد، فجاز خيار التعيين بهذا[٢] .

حيث ورد في المادة (١٨٩) من القانون المدني الأردني ما نصه: "يجوز الاتفاق على أن يكون المعقود عليه أحد شيئين ، أو ثلاثة ، ويكون خيار تعيينه من بينها لأحد العاقدين، وذلك بشرط بيان بدل كل منها ومدة الخيار".

واتفق القانون مع الشريعة في الاخذ بهذا الخيار ، لما له من أثرٍ في حياة الناس ، وحاجتهم اليه ، وقد أخذ به أبو حنيفة استحساناً [٣] .

---

(1) الخياط ، نظرية العقد والخيارات،١٧٧، والزحيلي، الفقه الإسلامي وأدلته ، ٢٥٢/٤، الصابوني، المدخل لدراسة التشريع الإسلامي، ٥٨٩/٢، شلبي، المدخل في التعريف بالفقه الإسلامي ، ٦٢٦ – ٦٢ ٧ .

(2) الزيعلي، تبيين الحقائق، ٢١/٤، والخياط ، نظرية العقود والخيارات ، ص١٧٩ .

(3) ابن عابدين ، الحاشية ، ٥٦٥/٤ .

- **خيار المجلس:**

وهو أن يكون لكل من العاقدين الرجوع عن العقد بعد انعقاده ما لم يفترقا [١] ، وهو خيار متعلق بالاجتماع الواقع للعقد، لأن مجلس العقد هو الاجتماع الحاصل للقيام بالعقد ، فإذا جعل لأحد العاقدين حق الرجوع عن العقد في أثناء المجلس كان ذلك خياراً متعلقاً بالمجلس [٢] .

وقد ثبتت مشروعية خيار المجلس بقوله – صلى الله عليه وسلم– : " البيعان بالخيار ما لم يتفرقا أو يقول أحدهما للآخر اختر" [٣] .

والناظر في الخيارات والحكمة منها، يجد أن لها الأثر العظيم في تحصيل المصلحة للمستهلك ، ولذا كان الأخذ بها تدبيراً تشريعياً لحماية المستهلك عند تنفيذ العقد، ويظهر ذلك من خلال ما تقدمه الخيارات من فوائد جمة للمستهلك[٤] ، ومنها ما يلي:

١) تمنح المستهلك المجال الأكيد للتروي، ومعاينة السلع والتأكد من مواصفاتها .

٢) تجعل المستهلك يتخذ قراراته المناسبة وتعاقداته المناسبة في أوقاتها المناسبة .

٣) تحمي المستهلك من الخديعة والغبن والغش والتغرير .

٤) تمنح المستهلك فترة كافية للتأكد من حاجته الفعلية للسلعة من عدم ذلك .

٥) تعطيه حافزاً قوياً للبحث عن السلعة الأفضل والأجود، مادام له مهلة لفعل ذلك

---

(1) المرداوي، الانصاف، ٢٧١/٤، ابن قدامه، المغني،٦١/٤، قلعجي ، محمد رواس، معجم لغة الفقهاء ص٢٠٢، والخياط ، نظرية العقد والخيارات ، ص١٧٤، والدلالعه،حماية المستهلك ، ص٢٢٥.

(2) الخياط، نظرية العقد والخيارات ، ص١٧٤ .

(3) الشوكاني ، نيل الأوطار، ١/٥-٢٠، و الصنعاني ، سبل الإسلام ، ٣٣/٣.

(4) عبده ، حماية المستهلك في الفقه الإسلامي ، ص٢٥٦-٢٥٧.

٦) تحميه من أن يذهب ماله هدراً وعبثاً، دونما رقيب على ذلك، حيث أجاز له الإسلام رد الشيء المعيب .

٧) تمنحه الفرصة الكافية لتعيين السلعة التي تلائمه ، وتلائم دخله ووضعه الاجتماعي ، كما في حالة خيار التعيين .

٨) تحقق المودة بين المستهلك والبائع ، وتزيل الضغائن والأحقاد من أنفسهم [١] ، وذلك لأن قرار المستهلك الشرائي كان بعد تروٍ وتأنٍ ودراسة للسلعة ، وفحص لها وملاءمتها له .

المطلب الثاني : تضمين الصناع والحرفيين .

الضمان عند الغزالي: "تعويض حصل بسبب إتلاف متاع فيكون إما بالمثل أو القيمة " [٢] .

وعرفه الزرقا بقوله : " الضمان التزام مالي عن ضرر للغير"[٣].وهو عند الزحيلي: " الالتزام بتعويض الغير عما لحقه من تلف المال أو ضياع المنافع، أو عن الضرر الجزئي أو الكلي الحادث بالنفس الإنسانية" [٤] .

ولقد ذهبت الشريعة الإسلامية إلى إقرار مبدأ التضمين لغايات عدة، منها: الحفاظ على أموال الآخرين وممتلكاتهم ، وصيانتها من العبث، وغرس الثقة في نفوس أصحاب المهن من باب تحميلهم المسؤولية ومؤاخذتهم على كل تقصير يصدر

---

[1] الجزيري، الفقه على المذاهب الأربعة، ١٦٩/٢، وفكري، المعاملات المادية والأدبية ، ٤٢/١، بتصرف.

[2] الغزالي، الوجيز في فقه الإمام الشافعي، ص٢٠٦-٢٠٧، مطبعة الآداب والمؤيد، مصر،١٣١٧هـ.

[3] الزرقا، المدخل الفقهي العام ، ١٣٠/٢ .

[4] الزحيلي: نظرية الضمان في الفقه الإسلامي، ص١٥، دار الفكر، ١٤٠٢هـ - ١٩٨٢م .

عنهم [١].

فالصانع أو الحرفي كالخياط والخباز والساعاتي والنجار والحداد ، إذا طلب منه أن يقوم بخياطة أو خبازة أو طبخ ، أو إصلاح لأي أمر يختص به، فقصر هذا الحرفي أو الصانع في عمله ، أو أهمل فيه ، ونتج عن هذا الاهمال ضرر ، فإنه يضمن ذلك ، حيث يلتزم بدفع مقدار ما أتلفه ، وتعويضه عنه .

وقد ثبت تضمين من أهمل في صنعته أو حرفته من الصناع والحرفيين ، بأدلة كثيرة ، منها : -

١) قوله تعالى : "فَمَنِ اعْتَدَىٰ عَلَيْكُمْ فَاعْتَدُوا عَلَيْهِ بِمِثْلِ مَا اعْتَدَىٰ عَلَيْكُمْ " [٢] ، فهذا عام في كل تعدي على حقوق الغير ، بأن يضمن المعتدي ما أتلفه وقصر فيه.

٢) قوله – صلى الله عليه وسلم– " على اليد ما أخذت حتى تؤديه "[٣] .

٣) ما روي عن علي رضي الله عنه : أنه كان يُضمِن الأُجراء ويقول :" لا يصلح الناس إلا هذا"[٤] .

٤) إن التضمين استحسان ، وهو نوع من أنواع استحسان المصلحة أو الضرورة، وذلك لما في التضمين من صيانة لأموال الناس والحفاظ عليها حفاظاً تاماً تمنعها من التلف " [٥].

---

[1] عبده ، حماية المستهلك في الفقه الإسلامي ، ص٢٥٩ .
[2] سورة البقرة ، آية ١٩٤ .
[3] الترمذي، الجامع الصحيح ، ٥٦٦/٣، وقال عنه الترمذي : حديث حسن صحيح .
[4] ابن قدامة، المغني، ١٠٩/٦، تكملة المجموع، ٣٤٧/١٤ .
[5] الصابوني، المدخل لدراسة التشريع الإسلامي، ٩٥/١، المطبعة الجديدة، دمشق، ١٤٠٣هـ– ١٩٨٣م ، وعبده ، حماية المستهلك ، ص٢٦٣.

ومن هنا كان تضمين الحرفيين والصناع ، تدبيراً تشريعياً لحماية المستهلك ، لأنه يحقق عدة مصالح للمستهلك والتي منها ما يلي [١] :

- حماية أموال الناس من العبث والهدر، فمن أتلف شيئاً يضمنه ويعوض المتلف له مقدار ما أتلفه وبذلك يحمي المال ويصان .
- طمأنة الناس على أموالهم ممن يتولها لهم ؛ خشية إتلافها تلاعباً أو انتقاماً، فإذا تعامل مستهلك مع صانعين أو حرفيين ، فإنه يطمئن بأنه سيؤدي له ما طلب ،وإذا لم يؤدِ ما طلب منه ؛ لتقصير أو تعدي ، فإنه يضمن ذلك ، وعلى كلا الحالتين تحمى أموال الناس ولا يضيع .
- المحافظة على الأموال العامة ، فبتضمين المتلف للأموال ، فإن الممتلكات العامة ستحفظ ، وسيُتقن الأداء لها .

حيث جاء في المادة (٨١٧) من القانون المدني الأردني ما نصه: "يضمن العامل ما يصيب مال صاحب العمل ، من نقص أو تلف ، أو فقد بسبب تقصيره ، أو تعديه" .

وقد أفرد الفقهاء فصولاً في الفقه تبحث في الضمان ، وموجباته ، واحكامه ، وضوابطه ، ونصوا على تضمين الحرفيين والصناع بشكل واضحٍ وصريحٍ ، عند تعديهم على أموال الغير ، وتطرقوا إلى انواع الضمان أيضاً [٣].

---

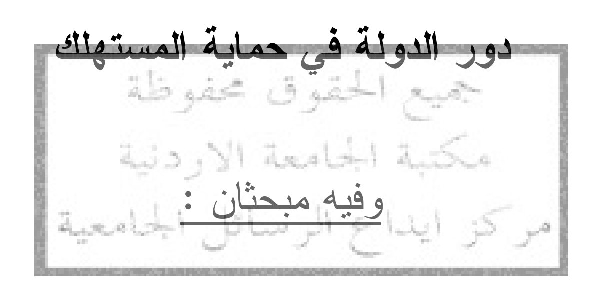
[1] عبده ، حماية المستهلك في الفقه الاقتصادي الإسلامي ، ص٢٦٤ .

[3] الخفيف ، نظرية الضمان أو أحكام المسؤولية المدنية والجنائية في الفقه الاسلامي ، ص١٥ ، الزرقاء ، المدخل الفقهي العام ، ١٣٠/٢.

الخلاصة : نجد أن القانون اتفق مع الشريعة الاسلامية في كثير من الأمور ، ولكنه أغفل الكثير من القواعد والأسس الضرورية التي تخدم المستهلك ، وتحمي اختياره ورضاه ، فلم يتطرق القانون الى العقود المحرمة ، كعقد الربا ، والميسر ، ولم يتناول القانون في بحثه معالجة سياسة إغراق السوق بمفهومها الكلي ، وكذلك لم يوفر القانون السوق الحرة ذات التنافس المفتوح – كما في السوق من منظورٍ اسلاميٍ – بل سمح القانون بوجود الاسواق الاحتكارية ، وأسواق احتكار القلة ؛ مما أثر سلباً على المستهلكين ، ولم يأخذ القانون ببعض الخيارات المهمة ، والتي لها أثر في حماية المستهلك ، والمحافظة على حقوقه كخيار المجلس .

الفصل الرابع

دور الدولة في حماية المستهلك



وفيه مبحثان :

المبحث الأول : التسعير وأثره في حماية المستهلك .

المبحث الثاني : مراقبة الدولة للأعمال التجارية وأثرها في حماية المستهلك .

الفصل الرابع

دور الدولة في حماية المستهلك

للدولة أثر كبير في حماية المستهلك، فهي التي تملك السلطان على الناس ، وتنفذ القوانين التي تكفل العدل بين المنتج والمستهلك، وفي هذا الفصل سنبين دور الدولة في حماية المستهلك ضمن القواعد العامة الكلية، ومن أهمها :-

المبحث الأول : نظام التسعير .

من وظائف الدولة في الشريعة الإسلامية مراقبة حركة السوق ، وخاصة مراقبة الأسعار صعوداً وهبوطاً، ودراسة العوامل المؤثرة فيها، فالسعر يحدده عوامل العرض والطلب في الأحوال العادية ، أما في الأحوال غير العادية فيحدد بناءً على عوامل آخرى ؛ تؤدي إلى عدم استقراره أو توجد خللاً فاحشاً فيه كالاحتكار، فتطبيق نظام التسعير ذو فائدة كبيرة في حماية المستهلك ، عندما تؤثر في الأسعار عوامل غير العرض والطلب ، وسأبين – بإذن الله – معنى التسعير، وحكمه، وضوابطه، وأثره في حماية المستهلك .

تعريف التسعير :-

التسعير لغةً : تقدير السعر، والسعر : هو الذي يقوم عليه الثمن، وجمعه : أسعار ، يقال : اسعروا وسعروا بمعنى واحد ؛ وهوالاتفاق على سعر محدد [(١)] .

التسعير اصطلاحاً : تعددت تعريفات الفقهاء للتسعير ، ولكنها لا تختلف عن بعضها

---

(1) ابن منظور، لسان العرب، مادة (سعر) : ٣٦٥/٤، الزمخشري، أساس البلاغة ص٢٩٦ .

كثيرا في المعنى ، ومن هذه التعريفات ؛ ما ذهب إليه ابن عرفه المـالكي بأنـه: " تحديد حاكم السوق ، لبائع المأكول فيه ، قدراً للمبيع المعلوم بدرهم معلوم " [١] .

وعرفه الرحيباني من الحنابلة : " أن يقدر السلطان أو نائبه سعراً للناس ، ويجبرهم على التبايع بما قدره " [٢] .

وعرفه صاحب الإعانة من الشافعية بأنه : " يأمر الوالي السوقة ؛ بـأن لا يبيعـوا أمتعتهم إلا بكذا " [٣] .

التسعير في الفقه القانوني:-

عُرِف التسعير في الفقه القانوني : " أن تعمد الدولة إلى تحديد ثمن معين ، وتجبـر البائعين والمشترين على احترامه ، وتفرض جزاءً على كل من يتجاوزه " [٤].

حكم التسعير في الشريعة الإسلامية :

اختلف الفقهاء في مشروعية التسعير الجبري إلى أكثر من رأي وهي : -

مذهب الحنفية :-

ذهب الحنفية إلى القول بعدم جواز تدخل الدولة في التسعير على الناس سلعتهم [٥].

---

(1) المجيلدي ، أحكام التسعير ، ص٤١.

(2) الرحيباني، مصطفى السيوطي، مطالب أولي النهي، ص٦٢/٣ .

(3) اعانة الطالبين، ٢٥/٣، والشربيني ، مغني المحتاج، ٣٨/٢.

(4) قانون العقوبات الخاص في جرائم التموين، دار النهضة العربية، القاهرة م : ٣٢٣، والسعر عند الاقتصاديين : القيمة المحددة للمنفعة التي يحصل عليها المستهلك من السلع ، أوالخدمات . انظر : محمـد أمـين ، أسـس التسويق ، ص ٢٢٥ ،ط١ ، سنة ٢٠٠٠م ، مؤسسة الوراق ، عمان.

(5) الزيعلي، تبيين الحقائق شرح كنز الـدقائق،٢٨/٦، حاشـية ابـن عابـدين،٤٠٠/٦، والكاسـاني، بـدائع الصنائع،٣٩٩/٦،والهداية والتكملة،١٢٧/٨.

وورد في عبارات بعضهم أنه يكره التسعير[١] ، ومعلوم أن الكراهية عند الأحنـــاف في حالة اطلاقها تفيد الكراهية التحريمية [٢]، وقد استدل الحنفية لما ذهبـــوا إليـــه بالمنقول والمعقول . أما المنقول فقد استدلوا بالآتي :-

- بقوله تعالى: "يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَن تَكُونَ تِجَارَةً عَن تَرَاضٍ مِّنكُمْ " [٣].

وجه الاستدلال بالآية : أن إجبار الناس على تسعيرةٍ محددةٍ ؛ فيه افتيات على حق المالك في التصرف في ملكه ، وهو من قبيل الظلم وأكل أموال الناس بالباطل ، لأنه أخذ مال الغير على وجه غير شرعي .

- بقوله عليه الصلاة والسلام: " لا يحل مال امريء مسلم إلا بطيب من نفسه" [٤].

- وبما رُوي عن أنس أنه قال : " غلا السعر على عهد رسول الله صلى الله عليه وسلم، فقالوا: يا رسول الله لو سعرت؟ فقال: "إن الله هو القابض الباسط الـــرازق ، وإني لأرجو أن ألقى الله عز وجل ، ولا يطلبني أحد بمظلمة ظلمتها إياه فـــي دم أو مال " [٥].

وجه الاستدلال بالحديث : أنه طلب من النبي صلى الله عليه وسلم أن يسعر ، فامتنع

---

(1) حاشية ابن عابدين، ٣٩٩/٦، حاشية الطحاوي،ص٢٠٢، ومجمع الأنهر،٥٤٨/٢ .

(2) السبكي، الابهاج في شرح المنهاج، ٥٩/١، وزيدان، الوجيز في أصول الفقه، ص٣٤.

(3) سورة النساء : آية ٢٩ .

(4) سنن الدارقطني، ٢٦/٣، ومجمع الزوائد للهيثمي، باب خطب الحج ،٢٦٥/٣ و١٧٢/٤ دار الكتاب ، بيروت.

(5) قال الحافظ: إسناده على شرط مسلم، وصححه ابن حبان، وصححه الترمذي في كتاب البيوع، باب ما جـــاء في التسعير٣١٨/٤. وسنن أبي داود، باب التسعير ٢١٧/٣ .

عن ذلك ، لأنه يريد أن يلقى الله وليس في عنقه مظلمة لأحد، فدل ذلك على عدم جواز التسعير .

- **وأما استدلالهم بالمعقول** :- فقد استدلوا بأن الثمن هو حق للبائع ، فُيرجع إليه في تقديره، ولا ينبغي للدولة، أو اجهزتها التعرض لهذا الحق أو المساس به، والتسعير الجبري يحمل في طياته مصادرةً للرضا ؛ الذي هو ركن من أركان التبادل وصحة العقد، فلا يجوز لما فيه من معنى الإكراه .

فالأصل العام عند الحنفية – على اختلاف فيما بينهم –عدم جواز التسعير، إلا أنهم قالوا بجوازه أو وجوبه في حالات استثنائية ، وذلك في حالة إذا تعدى أرباب الطعام على القيمة تعدياً فاحشاً ، وتحكموا في مصير الناس، وعجزت الدولة عن صيانة حقوق المستهلكين وتعيَّن التسعير باعتباره الوسيلة الوحيدة لضمان السعر العادلٍ ، ففي هذه الحالة لا بأس به شريطة أن يتم بمشورة أهل الرأي والنظر(١).

مذهب الشافعية :-

ذهب جمهور الشافعية إلى القول بحرمة التسعير ، وأنه لا يحل ذلك لا للإمام، ولا لنائبه ولو كان النائب قاضياً، وأن هذا الحكم يسري على السلع كافة، بغض النظر عن الوقت سواء أكان في وقت الغلاء أو في زمن الرخص (٢).

---

(1) الهداية وتكملة فتح القدير ، وشرح العناية : ١٢٧، والميداني اللباب ١٦٧/٤، وحاشية ابن عابدين ٤٠٠/٦، والزيلعي ،تبيين الحقائق٢٨/٦ .

(2) النووي، الروضة، ٤١١/٣، والرافعي، فتح العزيز، ٢١٧/٨، وحاشية الجمل ٩٣/٣، وإعانة الطالبين، ٢٥/٣، والشافعي ، الأم ٩٢/٨ .

واستدل الشافعية لما ذهبوا إليه بالمنقول والمعقول .

- **أما المنقول :** فقد استدلوا بما روي ان عمر بن الخطاب – رضي الله عنه – مر بحاطب بن أبي بلتعة بسوق المصلى ، وبين يديه غرارتان فيهما زبيب فسأله عن سعرهما فسعَّر له مُدين بدرهم . فقال عمر: لقد حُدثت بعيرٍ مقبلة من الطائف تحمل زبيباً، وهم يعتبرون سعرك فإما أن ترفع في السعر، وإما تدخل زبيبك البيت فتبيعه كيف شئت ، فلما رجع عمر حاسب نفسه ، ثم آتى حاطباً في داره فقال له : إن الذي قلت لك ليس بعزيمة مني، ولا قضاء إنما هو شيء أردت به الخير لأهل البلد، فحيث شئت فبع[1] وجه الاستدلال : أن عمر بن الخطاب – ما كان له أن يرجع عن قراره في التسعير وهو يرى فيه مصلحة لأهل البلد ، إلا بسبب قوي دعاه للرجوع، فدل ذلك على حرمة التسعير، وعدم جوازه[2].

- **وأما المعقول :** فإن التسعير لا يُمكِّن الناس من التصرف في أموالهم بحرية ، فهو متضمن لمعنى من معاني الحجر التي تحجب حرية الشخص في التصرف في ملكه، وهذا غير معهود في عرف الشرع ، والتسعير قد يكون سبباً من الأسباب التي تدعو المنتجين والبائعين إلى الامتناع عن البيع بالسعر المحدد ، فتشتد الأزمة الاقتصادية وتزداد تعقيداً[3].

---

(1) البهيقي ، السنن الكبرى ٢٩/٦ وورد ناقصاً في موطأ مالك ١٧/٥ .

(2) الشافعي ، الأم ، ٩٢/٨.

(3) الدولة ووظيفتها الاقتصادية في الفقه السياسي ، د. عبد اللطيف الهميم ص٤٣٢.

مذهب المالكية:-

ذهب جمهور المالكية إلى القول بحرمة التسعير، وهو إحدى الروايات عن الإمام مالك حيث شدد النكير على التسعير ، واعتبره من التحكم بارزاق الناس ،ووصفه بالظلم[١]. يقول التلمساني : " التسعير على الناس تحكم بغير الحق في أموالهم ، واجبارهم على بيعها بما لا يرضيهم ، حرام ومنكر يجب القيام بتغييره، لأنه كالغاصب" [٢].

والرأي الآخر عند المالكية ؛ ذهب الى جواز التسعير إذا دعت الحاجة إليه ، واقتضته الضرورة ، وممن ذهب إلى هذا الرأي أشهب وابن حبيب وغيرهما، وهو الرواية الآخرى عن الامام مالك [٣].

والتسعير مبررٌ عند اصحاب الرأي الآخير ، لأنه مما يجب على الدولة النظر فيه، فقد تعلقت به مصالح الأمة في المنع من رفع السعر، وسد حاجات الناس، ومع هذا لا يرون الحق للدولة إجبار المنتِج على البيع بالسعر المحدد ،ولها المكنة في منع البائع من البيع بغير السعر الذي حددته بحسب ما ترى فيه من المصلحة لطرفي العملية الاقتصادية ، وهناك فرق واسع بين الإجبار على البيع بسعر محدد، والمنع من البيع بأعلى من السعر الذي حددته الدولة وإن كان مؤدى النظرين من الناحية العملية البحتة واحد ، فالأول يؤسِس للدولة سلطة الإجبار على البيع مع إمكانية

---

(1) المنتقى للباجي٥/١٨، المجيلدي، التيسير في أحكام التسعير، ص٤٨.

(2) التلمساني، تحفة الناظر ، ص١٣١.

(3) الباجي، المنتقى، ٥/١٨، والتيسير في أحكام التسعير، ص٤٨، وتحفة الناظر ، ص١٣٢.

تحديد السعر، أما الثاني فهو لا يعطيها إلا حق التدخل في تحديد السعر ، ولعل مرد هذا النظر الفقهي هو تحرجهم من الاصطدام مع قاعدة الرضا المشروطة فقـــــهاً في أية عملية من عمليات التبادل المعتبرة شرعاً [١].

ويلاحظ أن دائرة التسعير –بناء على هذا الرأي – قاصرة على أهل السوق ، فهـو يختص بما ينتج في البلد، لا ما يجلب من خارجه، ذلك لأن الجالب لا يسعَّر عليه ، بغض النظر عن السلعة المجلوبة ونوعها [٢].

مذهب الحنابلة :-

ذهب الحنابلة إلى القول بحرمة التسعير [٣] ، لأن الناس أحرار في بيع ما يمتلكون بالطريقة التي يختارونها، قال أبو يعلى : " لا يجوز أن يسعَّر على الناس الأقوات ، ولا غيرها في رخص ولا غلاء "[٤].

واحتجوا بذات الأدلة التي استدل بها المانعون للتسعير ؛ إلا أنهم أضافوا إلى ذلـك دليلاً عقلياً آخر يتلخص في أن التسعير ربما كان عاملاً من العوامل المـؤثرة فـي ارتفاع الأسعار ، وغلائها ، فالموردون إلى السوق إذا علموا بتحديد الأسعار ، فإنهم يمتنعون عن التوريد ، ويبحثون عن أسواق جديدة تحقق لهم فرصة أفـضل للبيـع بالسعر الذي تحدده قوى العرض والطلب.

---

(1) الدولة ووظيفتها الاقتصادية في الفقه الإسلامي، د. عبد اللطيف الهميم ص٤٣٤ .

(2) المصدر السابق ص٤٣٤.

(3) المقدسي ، الشرح الكبير، ٤٤/٤، وابن قدامة ، المغني ١٦٤/٤، ومطالب أولي النهى للرحيباني، ٦٢/٣ .

(4) أبو يعلى، الأحكام السلطانية ، ص٣٠٣.

أقسام التسعير :-

يرى ابن تيمية وتلميذه ابن القيم أن السعر ينقسم إلى قسمين[١] :-

أحدهما : تسعير ظالم ، وذلك إذا كان السعر متضمناً لأي معنى من معاني الظلم، والإكراه بغير حق على البيع بثمن لا يرضاه البائع، أو المنتِج، ، والمعيار المحددِ للتسعير الظالم أن المنتِج أو البائع لم يعمد إلى رفع الأسعار بإصطناع حالة تقتضي ذلك ؛ فهم يبيعون سلعهم على الوجه المعروف ، ولكن اختلال التوازن في قوى السوق (كاختلال العرض أوالطلب مثلاً) ففي هذه الحالة يكون التسعير حراماً ؛ لأن المؤثر فيه اختلال قوى السوق ولم يكن هو الذي أدى الى ارتفاع الاسعار[٢].

وعلى هذا المعنى تُحمل النصوص التي وردت بالنهي عن التسعير، يقول ابن تيمية: " فإذا كان الناس يبيعون سلعهم على الوجه المعروف من غير ظلم منهم ، وقد ارتفع السعر إما لقلة الشيء، وإما لكثرة الخلق، فهذا إلى الله، فالزام الخلق أن يبيعوا بالقيمة بعينها إكراه بغير حق "[٣].

وثانيهما : - تسعير عادل ، وهو في حالة إكراه البائعين وحملهم على البيع بثمن المثل، ومنعهم من الزيادة ، فهذا النوع من التسعير جائز بل واجب في حالات معينة، وهو كما يراه ابن تيمية عندما لا تكون قوى السوق هي العامل المؤثر في ارتفاع الاسعار، وعندما يكون هذا الارتفاع خارج دائرة العرض والطلب، فإذا امتنع

---

(1) ابن تيمية ، الحسبة ص٢٤ – ٢٥ .

(2) الدولة ووظيفتها الاقتصادية في الفقه السياسي الإسلامي ، ص٤٣٦ .

(3) ابن تيمية ، الحسبة ص٢٤ – ٢٥ .

المنتِج أو البائع عن البيع الا بسعرٍ أعلى من سعر المثـل فـي حالـة المعاوضـه الاعتيادية ، وكانت السلعة ضرورية للناس، ففي هذه الحالة يجـب التـسعيرعليهم واجبارهم على البيع بقيمة المثل ، وفي هذا يقول ابن تيمية: " ولا معنى للتسعير إلا إلزامهم بقيمة المثل ، فيجب أن يلتزموا بما ألزمهم الله به "[١] .

مناقشة الأدلة :-

أولاً :- توجيه الأحاديث الناهية عن التسعير :

يرى ابن تيمية [٢] والإمام مالك في إحدى الروايات عنه[٣] ، أن الأحاديـث التـي وردت في النهي عن التسعير ، والتي استدل بها القائلون بالتحريم ؛ إنما وردت على حالة مخصوصة هي حالة المدينة المنورة، وعلى اقتصاد معين هـو أقـرب إلـى الاقتصاد الطبيعي [٤] منه إلى اقتصاد المبادلة ، ومن ثم فإنه من غير الممكن القول بعمومها في كل حالة ، وفي كل نوع من أنواع الاقتصاد ، يقول ابـن تيميـة فـي معرض رده على منع التسعير مطلقاً محتجاً بالنصوص بأن :" هذه قضية معينة ليس فيها أن أحداً امتنع من بيع يجب عليه، أو عمل يجب عليه ، أو طلب في ذلك أكثـر من عوض المثل، ومعلوم أن الشيء إذا رغب الناس في المزايده فيـه فـإذا كـان صاحبه قد بذله – كما جرت به العادة – ولكن الناس تزايدوا فيه ، فهذا لا يسعر

---

(1) ابن تيمية ، الحسبة ، ص٢٤-٢٥ .

(2) المصدر السابق .

(3) المنتقى للباجي ، ١٨/٥ .

(4) ويقصد به : الاقتصاد الذي تعمل فيه قوى الطلب والعرض بصورة طبيعية .

عليهم" [١] ، ويصف في موضع آخر حال المدينة، وما كانت عليه في عهد النبي صلى الله عليه وسلم بأنه " لم يكن عندهم من يطحن ويخبز بكراء، ولا من يبيع طحيناً ولا خبزاً بل كانوا يشترون الحب ويطحنونه في بيوتهم ، فلا يحتاجون إلى تسعير ، وكان من قَدِم بالحب باعه ، فيشتريه من الجالبين" [٢] .

ويقول في مكان آخر: " والسعر لما غلا في عهد النبي صلى الله عليه وسلم وطلبوا منه التسعير ،فامتنع، لم يذكر أنه كان هناك من عنده طعام امتنع عن بيعه، بل عامة من كانوا يبيعون الطعام إنما هم جالبون يبيعونه إذا هبطوا السوق" [٣].

ثانياً: الأحاديث الدالة على التسعير :-

استند القائلون بجواز التسعير أو وجوبه ؛ إلى عدة أدلة من السنة النبوية ، ولعل أقوى الأدلة ما يلي :-

- قوله صلى الله عليه وسلم :" من أعتق شركا له في عبد ، فكان له مالٌ يبلغ ثمن العبد ، قُوم عليه قيمة العبد ، فأعطى شركاءه حصصهم ، وعُتق عليه العبد وإلا فقد عُتق منه ما عُتق" [٤].

وجه الاستدلال بالحديث :إذا أراد أحد الشركاء اعتاق نصيبه في عبد مشترك ، فإنه يقوم ثمن العبد ليعرف ثمن حصة الشريك الآخر ، ليعطيه المعتق مقدار حصته ،

---

(1) ابن تيمية ، الحسبة ص٤٢ .

(2) ابن تيمية ، الحسبة ص٣٥ .

(3) المصدر السابق ص٤٨٥.

(4) صحيح مسلم ، كتاب العتق ١٣٥/١٠، وصحيح البخاري، كتاب الشركة باب تقويم الأشياء بين الشركاء بقيمة عدل ٩٤/٥، وشرح النووي على مسلم ١٣٥/١٠، وعمدة القاري، ٥١/١٣.

وعُتق العبد عليه ، يقول ابن تيمية: " فإذا كان الشارع يوجب إخراج الشيء من ملك مالكه بعوض المثل ، كحاجة الشريك إلى اعتاق ذلك ، وليس للمالك المطالبة بالزيادة عن نصف القيمة، فكيف عن حاجة اعظم من الحاجة إلى إعتاق ذلك النصيب ؛ كحاجة المضطر إلى الطعام واللباس وغير ذلك، وهذا أمر به النبي – صلى الله عليه وسلم– من تقويم الجميع بقيمة المثل هو حقيقة التسعير "[(١)].

الرأي الراجح :–

من خلال العرض المتقدم يمكن القول أن جميع المذاهب الفقهية باستثناء الظاهرية لا تخلو من القول بجواز التسعير، ولكن بعد الموازنة والتدقيق وإعمالاً لكافة الأدلة فإني أميل إلى تبني رأي الأمام ابن تيمية وابن القيم في التسعير ، فنفرق بين حالتين ، **أحدهما:** الأحوال الاعتيادية والتي يكون فيها المحدِد الأساسي في ارتفاع السعر هو قوى العرض والطلب في السوق، فهذه الحالة لا يجوز للدولة أن تلجأ إلى التسعير. **وثانيهما:** الأحوال غير الاعتيادية ، والتي يكون فيها ارتفاع السعر نتيجة تدخل المنتج أو قوى السوق الآخرى خارج دائرة العرض والطلب، وفي هذه الحالة يجب على الدولة التدخل في تحديد الأسعار ، والحد من ارتفاعها إذا دعت إلى ذلك حاجة أو اقتضته ضرورة ؛ شريطة أن تستنفد الدولة كافة الوسائل في معالجة ارتفاع السعر ولم يبق غير التسعير وسيلة وحيدة ومتفردة في حل الأزمة .

---

(1) صحيح مسلم ، كتاب البيع، باب الشفعة ٤٥/١١.

الأسس والمعايير المعتمدة في التسعير :-

إن المعايير المعتمدة في التسعير هي معايير السوق في حالة توازن العرض والطلب، وباستقراء نصوص الفقهاء يمكن تحديد الأسس المعتمدة في التسعير بما يلي :-

أولاً:- احتساب كلفة الإنتاج :-

حيث يعتبر من أبرز الأسس في تحديد السعر ، وقد اشار الفقهاء في العديد من نصوصهم إلى ذلك ، ومنها ما نص عليه الإمام مالك في رواية أشهب عنه بقوله: " إذا سعَّر عليهم قدر ما يرى من شرائهم فلا بأس به ، ولكن أخاف أن يقوموا من السوق"[١]، وهذا النص يؤكد أنه يجب أن يؤخذ بالاعتبار نفقات شراء المواد الأولية، وتكاليف الإنتاج، لأن التسعير بطريقة عشوائية أو اعتباطية دون اعتبار هذه النفقات يؤدي إلى مغادرة المنتجين للعديد من أنشطة الإنتاج [٢] .

ثانياً: تحقيق هامش الربح :-

وقد نص الفقهاء عليه في أكثر من مناسبة ، منها :-

نص ابن حبيب : " وتسألهم كيف يشترون وكيف يبيعون ؟ فينازلهم إلى ما فيه وللعامة سواء حتى يرضوا ، ولا يجبرون على التسعير ، ولكن عن رضى " [٣]

ثالثاً: مشورة أهل الرأي والخبرة :-

---

[1] الباجي، المنتقى ١٨/٥ ، المجيلدي ، أحكام التسعير ص٤٩ .

[2] الدولة ووظيفتها الاقتصادية في الفقه الإسلامي ، الهميم ص٤٤٦ .

[3] الباجي، المنتقى ١٩/٥، المجيلدي ص٤٩ .

ومن ذلك ما قاله ابن حبيب : " ينبغي للإمام أن يجمع وجوه أهل سوق ذلك الشيء، ويحضر غيرهم استظهاراً على صدقهم ، فيسألهم كيف يشترون ؟ وكيف يبيعـون ؟ فينازلهم إلى ما فيه لهم وللعامة سواء حتى يرضوا "[١] .

وهذه النصوص تبين لنا عمق النظرة الإسلامية في حل المـشكلات الاقتـصادية ، بروية ومشورة حتى لا يظلم أحد .

رابعاً : رعاية حقوق طرفي التبادل :

يجب على المسعر أن يراعى حقوق المنتِج في تحقيـق ربـح معقـول ، وحقـوق المستهلك في الحصول على السلعة بثمن رخيص ، وهو ما اصطلح الفقهـاء علـى تسميته بالسعر العادل، يقول ابن تيمية : " وأما إذا كانت حاجة الناس لا تنـدفع إلا بالتسعير العادل ، سُعِّرَ عليهم تسعير عدل لا وكس فيه ولا شطط "[٢] .

والمعنى : لا تجاوز فيه على حقوق المالك بإنقاص السعر ، ولا شطط فيـه علـى المشتري والمستهلك بزيادة الثمن وارتفاعه .

وبناءً على ما سبق ، يظهر لنا أثر التسعير في حماية المستهلك ، والحفـاظ علـى حقوقه، وخاصة في ظل الأوضاع التي يكون فيها السوق مضطرباً لتلاعب المنتجين بالأسعار ، أو لأي سبب آخر .

والدولة صاحبة القرار في التسعير ، فيلقى عليها مسؤولية حماية المستهلك بفرض

---

[1] الباجي، المنتقى ١٩/٥، والمجيلدي، أحكام التسعير ص٤٩ .

[2] ابن تيمية ، الحسبة ص٥١ .

التسعير العادل ، ومتابعة تنفيذه من التجار والمنتجين.

المبحث الثاني : مراقبة الدولة للأعمال التجارية .

تمثل الدولة عنصراً مهماً وأساسياً في حماية المستهلك؛ ويتمثل دورها في هذه الحماية بمراقبة الدعاية والإعلانات التجارية، وما تتخذه من مقاطعة تجارية ؛ لمن يعاديها من الدول، وأخيراً؛ ما يكون من رقابة متخصصة في الاسواق ، ممثلاً بنظام الحسبة ، وبيان ذلك في المطالب التالية :-

المطلب الأول : مراقبة الدولة للدعاية والإعلان التجاري .

يعتبر الإعلان والدعاية الزائفتين ؛ من أهم الجرائم التي تُعنى التشريعات الجنائية بالتصدي لها، وخاصة بعد أن أخذ تزييف الدعاية نمطاً يكاد يكون معتاداً، ويشكل موضوعاً خصباً لإساءة استعمال سلطة مؤسسات الإنتاج أو التوزيع الاقتصادية بالمساهمة والاشتراك في مؤسسات الدعاية والإعلان، والتي تهدد جموع المستهلكين بأضرار ، وأخطار محتملة ، نتيجة التدافع على شراء السلعة أو القبول بالخدمة المزيف إعلانُها على خلاف الحقيقة [١].

وللإعلان في الإسلام أهداف أهمها ما يلي [٢]:-

- تعريف جمهور المسلمين وغيره بأهم خصائص ومميزات السلع والخدمات والتسهيلات والمنشآت الإسلامية، وتقديمها للمسلمين، وتدعيم وجودها في السوق

---

[1] وهدان ، أحمد، الحماية التشريعية للحق في سلامة الغذاء، التقرير الأول ، الدراسة النظرية ،ص٢١. همام، طلعت، مائة سؤال وجواب عن العلاقات والإعلان، ص٢٤، دار الفرقان، عمان ، ط ١٩٨٤م .

[2] عقوب ، التسويق في الاقتصاد الإسلامي، ص١٤٦ وما بعدها .

وتشجيعهم عليها .

- تحرير الفرد والمجتمع المسلم من قيود التبعية الاستهلاكية، ومن قابليات الاستهواء النفسي والمعنوي للبضائع والخدمات والتسهيلات القادمة من الغرب .

- تنبيه وتحذير جمهور المستهلكين ، من السلع الدخيلة المستوردة ، التي تكون موضع شبهة من الناحية الشرعية، والدعوة لاستهلاك بدائلها في السوق المحلي .

- تجنب الفرد والمجتمع المسلم حالة الاحتقان العاطفي والاحتباس النفسي التي يتلقاها بقوة من وسائل الإعلان الغربية، وذلك بتقديم الجرعات العاطفية المتزنة والمشروعة، والتي تضمن له التوافق الاجتماعي النفسي والعاطفي.

- تزويد الفرد والمجتمع المسلم بالقيم والأفكار والمعارف الصحيحة ، التي تزيد من مستواه المعرفي، وترفع معنوياته.

- تخفيض تكاليف البضاعة ، أو الخدمة بتوجيه الجمهور إلى أماكن توافرها، وتوقيت مبيعاتها وطرق الإقبال عليها ، فتوفر عليه الجهد والوقت والتكلفة في البحث والانتظار .

- ضبط ظاهرة الاستهلاك المشروع، وذلك بتنمية حركة الإنتاج المحلي وتشجيع حركة السوق، والرفع الإيجابي من المستوى الاقتصادي للجمهور بما يتوافق ومقاصد الشرع .

– إيجاد علامات فارقة محلية خاصة ، وتدعيمها في مخيلة الفرد والمجتمع المسلم، لمواجهة (الماركات) العالمية المهيمنة على النفسيات والأسواق [١].

– توجيه وتصويب القرار الشرائي لدى المستهلك المسلم الفرد ، والمجتمع والتأثير فيه بالشكل الذي يتفق مع أهداف المنشآت الإسلامية في مجال تسويق وترويج السلع والخدمات في الظروف الخاصة ، ووفقاً لأولويات المجتمع .

– الاهتمام والتركيز على الدعوة إلى إشباع الحاجات الحقيقية، وإبراز مفهوم تلك الحاجات وبيانها لجمهور المستهلكين ، وكشف وفضح الحاجات غير الحقيقية الوهمية ، وترشيد الاستهلاك بالشكل الصحيح وبما يتناسب مع دخل المستهلك وحاجاته .

ويتوقف نجاح الإعلان إلى حد كبير على حسن اختيار الوسيلة المناسبة من جهة ، ومدى تقنيات الإخراج الفني الموظفة فيه، والتي تبدع في تزيينه وحسن تقديمه للجمهور من جهة أخرى، وبما أن لكل وسيلة خصائصها ومميزاتها وتأثيرها الخاص ،فقد وجب إتقان هذا الاختيار[٢] ، ومن أبرز وسائل الاتصال ما يلي [٣]:–

١) **الوسائل المطبوعة** : وتشمل كلاً من :–

أ– الصحف اليومية : وتتميز بسرعة الانتشار وانخفاض تكاليفها وتوفرها ومرونتها الفنية .

---

(1) عيساوي، الإعلان ، ص١٠٧–١١٠ .

(2) عقوب، التسويق في القتصاد الإسلامي ، ص١٤٩.

(3) طلعت، التسويق الفعال ، ص٥١٩–٥٢٥، عيساوي، الاعلان، ص١٢٠–١٢٨.

ب- المجلات : وتتميز بأنها ذات توجهات جمعية خصوصية، وبقدراتها الفنية وطول عمرها .

٢) **الوسائل المسموعة** : وتشمل الإذاعة المسموعة: وهي أهم وسيلة إعلانية تصل لجمهور عريض مباشرة وبصور متعددة .

٣) **الوسائل المرئية** :

أ- الإذاعة المرئية : وهي أشهرها وأوسعها انتشاراً ، وقد سيطرت على نمط الحياة حيث يشاهدها ٩٠% من سكان العالم ، ولهذا امتازت عن غيرها بمرونتها وقلة تكلفتها.

ب- شبكة (الانترنت) : وهي شبكة تربط بين العديد من الشبكات المنتشرة في العالم، من شبكات حكومية وجامعات ومراكز بحوث وشبكات تجارية وخدمات فورية، وبدأ استخدامها في البلدان منذ عام ١٩٦٩م تحت اسم (ARPA net) في الجيش الأمريكي ، ثم تطورت ، وفي عام ١٩٩٣م ، تم إصدار برنامج نتسكيب (Net scape) وغيره كمستعرض للشبكة، وتتميز بسهولة استخدامها وسعة آفاقها وشمولها لكل المجالات التجارية وغيرها [١].

ويتمثل دور الدولة في حماية المستهلك في مجال الدعاية والإعلان التجاري بتطبيق مجموعة من المبادئ والقواعد ، والضوابط العامة ، التي ينبغي توافرها في

---

[1] بسيوني، البيع والتجارة على الانترنت وفتح المتاجر الالكترونية ، ص١٠، مكتبة ابن سينا،١٩٩٩م، وعقوب، التسويق في الاقتصاد الإسلامي ،ص١٤٩.

الإعلان، ليكون فيه النفع والفائدة للمستهلك ، وقد ورد ذكر هذه الضوابط والقواعد في التدابير الاحترازية لحماية المستهلك في مجال الاعلانات [١] ، ويضاف إليها ما يلي [٢] :-

- عدم المغالاة في تكلفة الإعلان ، لأن التكلفة الإعلانية للسلعة ؛ تعني زيادةً في تكلفتها الكلية ، والتي تنعكس على المستهلك سلباً ؛ بارتفاع الأسعار [٣].

- مراعاة القيم والمبادئ الاجتماعية في الاعلان ، والحرص على استخدام العبارات والمعاني الفاضلة ، إضافة إلى استخدام اللغة السليمة الواضحة ، وتجنب نشر الصور المنافية للاخلاق على مواد الدعاية والإعلان ، أو أي أمر من الأمور التي تتنافى وقيم المجتمع المسلم ومبادئه ، أو تؤدي الى المساس به [٤].

- عدم نشر أي مادة إعلانية تشجع على الإسراف في الاستهلاك ، أو تجلب الضرر للمستهلك ، أو تشجعه على سلوك سبيل المسرفين، أو التعامل الاقتصادي الحرام، كالإعلانات التي تحث على الاسراف في الاستهلاك ، فأي سلوك مضر بالمستهلك وبعقيدته محرم [٥] .

---

(1) انظر صفحة ١٠٧ وما بعدها من هذه الرسالة .

(2) عبده، حماية المستهلك في الفقه الإقتصادي الإسلامي، ص٢٨٤-٢٨٥، الشرواني وابن القاسم،حاشية الشرواني،٣١٥/٤،وصابات،الإعلان،ص٣٤٣،والمصري، الإعلان ،ص٣٤،حموده، إدارة التسويق،ص٣١٦،والعنتيل،أساس الدعاية والإعلان،ص٨٨،وأبو ركبة،الإعلان ،ص٤١.

(3) العنتيل، أسس الدعاية والإعلان، ص٨٨، وحموده ، إدارة التسويق،ص٣١٦-٣١٧.

(4) المصري، الإعلان ، ص٣٤.

(5) عبده، حماية المستهلك في الفقه الاقتصادي الإسلامي ، ص٢٨٥ .

المطلب الثاني: نظام الحسبة .

تعريف الحسبة :

الحسبة لغةً : العد والحساب ، ويجيء الاحتساب بمعنى الانكــار علــى الــشيء، والحسبة : بمعنى حسن التدبير [١] .

والحسبة اصطلاحاً : هي أمر بالمعروف إذا ظهر تركه ، ونهي عن منكر إذا ظهر فعله [٢].

أدلة مشروعيتها :-

ثبتت مشروعية الحسبة في الكتاب والسنة والإجماع :-

أولاً: من الكتاب :

قوله تعالى : " وَلْتَكُن مِّنكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنكَرِ" [٣].

وقوله تعالى:" وَالْمُؤْمِنُونَ وَالْمُؤْمِنَاتُ بَعْضُهُمْ أَوْلِيَاءُ بَعْضٍ يَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنكَرِ "[٤] . وقوله تعالى :

" كُنتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنكَرِ "[٥] .

---

[1] الفيروأبادي ، القاموس المحيط ، ٩٥/١ فصل الحاء ،وموسوعة اصــطلاحات العلــوم الإســلامية، للــشيخ الولوي،محمد علي بن علي التهانوي٢٧٧/٢ – ٢٧٨ ، طبعة بيروت .

[2] الماوردي، الأحكام السلطانية ص٢٤٠، مقدمة ابن خلدون ص٢٢٥،ابن القــيم الطــرق الحكميــة ص٢٣٣، والغزالي ، إحياء علوم الدين ٣١٢/٢.

[3] سورة آل عمران ، آية ١٠٤.

[4] سورة التوبة ، آية ٧١ .

[5] سورة آل عمران ، آية ١١٠.

وجه الدلالة : -

إن دلالة هذه النصوص القرآنية واضحة على الأمر بالمعروف ، والنهي عن المنكر وأن الله تعالى جعل هذه الأمة متميزة وسباقة إلى هذا الأمر ، ولا شك أن الحسبة قائمة على الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر[١] .

ثانياً: من السنة : " قوله صلى الله عليه وسلم فيما رواه أبو هريرة: قال : " من رآى منكم منكراً فليغيره بيده ، فإن لم يستطع فبلسانه ، فإن لم يستطع فبقلبه ، وذلك أضعف الإيمان " [٢].

وجه الدلالة : أن رسول الله – صلى الله عليه وسلم– أمرنا – والأمر للوجوب – بأن نأمر بالمعروف ، وننهى عن المنكر كل حسب طاقته، بالقوة ،واستطاعته.

ثالثاً : الإجماع : أجمع علماء الأمة على وجوب الحسبة ، لأنها أمر بالمعروف ونهي عن منكر ، وهما واجبان على كل مسلم تأهل لذلك وحكمهما الشرعي فرض كفاية ، وقد يصبح فرض الكفاية فرض عينٍ على من تعين ممن هو أهلٌ له[٣] .

اختصاصات والي الحسبة [٤] :-

لوالي الحسبة اختصاصات كثيرة مهمة ، وسنبين أهم الاختصاصات الاقتصادية للمحتسب ، التي لها دور كبير في حماية المستهلك ، أهمها :-

---

(1) الرقابة المالية في الفقه الإسلامي ، د.حسين راتب ريان، ص١٨٨ .

(2) أخرجه مسلم في صحيحه ، ح رقم (٤٩) ، وابن حبان في صحيحه ، ٥٤٢/١، وأحمد في المسند ، رقم (١١٠٨٨) ، ١٠/٣، وابن ماجه في سننه ،ح رقم (٤٠١٣) ١٣٣٠/٢وصحيح مسلم بشرح النووي، ٢٢/٢-٢٥.

(3) ابن تيمية، الحسبة ص٦، وابن القيم الجوزية، الطرق الحكمية ص٢٣٧.

(4) ويقوم في الوقت الحاضر بكثير من هذه المهام : ديوان المحاسبة ، أو ما يسمى دائرة الرقابة والتفتيش .

- مراقبة تحصيل إيرادات الدولة العامة .

فيجب على المحتسب أن يراقب تحصيل الإيرادات العامة للدولة ، وخاصة المتعلقة بالزكاة ، ومساءلة من امتنع من الناس عن إخراجها، أو التهرب من دفعها ، وفي ذلك قال الإمام الماوردي: " وأما الممتنع من إخراج الزكاة ، فإن كان من الأموال الظاهرة فعامل الصدقة يأخذها منه جبراً" [١].

فعندما تضبط ايرادات الدولة ، وتكون خزانة الدولة فيها الكفاية ، فإن ذلك يؤدي إلى الاستقرار الاقتصادي ، ينتج عنه استقرار في الأسواق، ويحصل المستهلك على حاجته بسهولة ويسر.

- مراقبة إنفاق أموال الدولة في وجوهها المستحقة [٢].

فيجب على والي الحسبة أن يحول دون إنفاق الأموال العامة في غير الأبواب المخصصة لها شرعاً، ويكشف ما قد يحدث من إسراف وبذخ وتبذير من قبل القائمين على الإنفاق العام للدولة، وذلك قبل الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر[٣].وللمحتسب أن يمنع غير المستحق من الحصول على نصيب من أموال الزكاة الباطنة والتي قد يخرجها أصحابها بأنفسهم، ولا يراعون فيها أن تخرج لمستحقيها الشرعيين، ويظهر أثر ذلك في حماية المستهلك في التوزيع العادل للأموال والثروات ، فيؤدي إلى تقارب المستهلكين في القدرة الشرائية بحيث يصبح

---

(1) الماوردي، الأحكام السلطانية ص٢٤٨،الفراء ، الأحكام السلطانيةص٢٩٢.

(2) عوف الكفراوي، الرقابة المالية في الإسلام ص١٦٧.

(3) عوف الكفراوي ، سياسة الإنفاق العام في الإسلام ، ص٤٨٨.

الجميع قادرين على شراء احتياجاتهم دون تمييز بين الفقراء والأغنياء من المستهلكين ، أو تخصيص أسواق للأغنياء وأخرى للفقراء .

ويجوز للمحتسب أن يتخذ الأعوان من أجل إظهار الحقائق وجمع المعلومات ، وهذا ما نص عليه الشيرزي : " أن المحتسب يتخذ له غلماناً وأعواناً ، ويتخذ له عيوناً يوصلون له الأخبار والأحوال " (١).

- مراقبة المرافق العامة للدولة .

بين علماء الإسلام أن من واجبات المحتسب أن يراقب المرافق العامة للدولة، والتي تمس المصلحة العامة لجماعة المسلمين ، فيعمل على صيانتها وحفظها من التخريب والعبث ، ويعمل على توفير الموارد المالية اللازمة لصيانتها من بيت مال المسلمين ، قال أبو يعلى :" وإن تعذر المقام في البلد لتعطيل شربه ، وانهدام سوره ، وكان البلد ثغراً يضر بالإسلام تعطيله، لم يجز لولي الأمر أن يسمح في الانتقال عنه وعلى جميع القادرين أن يساهموا في إصلاحه، وواجب المحتسب في ذلك أن يعلم السلطان به ، ويرّغب القادرين من الناس في إصلاحه، إما بالمال وإما بالعمل لمن لا يملك المال "(٢) .

والسوق من المرافق العامة التي يجب صيانتها والمحافظة عليها ، حتى يتيسر للمستهلكين التسوق فيه ، وشراء حاجاتهم دون عناء، وبراحة تامة .

---

(1) نهاية الرتبة في طلب الحسبة ص١٠.

(2) أبو يعلي، الأحكام السلطانية ص٢٨٩-٢٩٠.

- منع التلاعب بالنقود .

فيمنع والي الحسبة من جعل النقود متجراً، فإن ذلك يدخل على الناس من الفساد الشيء الكثير، فالواجب أن تكون النقود رؤوس أموال يتجر بها ولا يتجر فيها، ويمنع المحتسب الذين يغشون النقود والجواهر (١).

- مراقبة الأسواق.

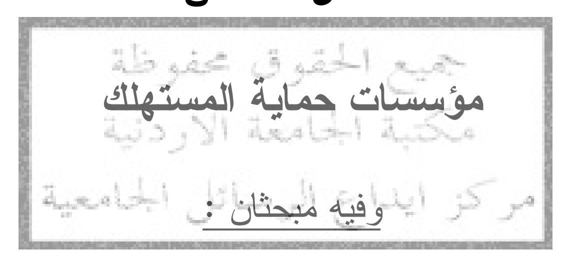
فالمحتسب يراقب الأسواق من حيث المنتوجات والسلع المعروضة ، ومدى صلاحيتها للمستهلك ، فينظر إلى مدى تلائم هذه المنتجات للمواصفات الصحية والشروط الموضوعة لها ، ويمنع الغش في البيع و إخفاء عيوب السلع، ويعمل على منع أي زيادة في الأسعار تؤدي إلى ارهاق المستهلك ، أو أن يكون الربح فاحشاً، وكذلك يمنع التعامل بالربا في السوق. وهذا كله يؤدي إلى حماية المستهلك ، ويمنع استغلاله وغشه ، ويزيد من ثقة المستهلك بالمنتج، وبما يشتري من السلع (٢) .

---

(1) ابن قيم الجوزية ، الطرق الحكمية ص٢٤٠.

(2) عوف الكفراوي، الرقابة المالية في الإسلام ص١٧٢ .

الفصل الخامس



مؤسسات حماية المستهلك

وفيه مبحثان :

المبحث الأول : مؤسسات حماية المستهلك في الدولة الاسلامية.

المبحث الثاني : مؤسسات حماية المستهلك في الدولة في العصر الحاضر .

الفصل الخامس

مؤسسات حماية المستهلك

تحدثنا سابقا عن حماية المستهلك ، والتدابير الاحترازية ، والتشريعية ، لحمايته في الفقه والقانون ، ولتحقيق هذه القوانين ومتابعة تنفيذها ؛ لزم وجود مؤسسات ومنظومات ؛ لتقوم بهذا الدور الفعَّال ، وهذه المؤسسات منها شرعية وأخرى وضعية (أهلية أو حكومية) ،وبينت ذلك من خلال مبحثين:

المبحث الأول : مؤسسات حماية المستهلك في الدولة الإسلامية .

يزخر التشريع الإسلامي بوجود قوانين وضوابط لحماية المستهلك ، ابتداءً من حث الوازع الديني ، وتنمية التربية الإسلامية الحقيقية للفرد والمجتمع ، وانتهاءً بوجود مؤسسات وقوانين لها دور كبير في حماية المستهلك ، ومن أهم هذه المؤسسات :

نظام الحسبة :

نشأة الحسبة وتطورها :

نشأة الحسبة في الدول الإسلامية بناءً على القواعد الشرعية ، والاجتهاد العرفي ، ونمت بنمو المجتمع الإسلامي حتى أصبحت نظاماً فريداً للرقابة ، لم يسبق المسلمون إليه أحد ، ولم يطبقه مجتمع قبل مجتمعهم ، وقد اتبعهم الصليبيون

والأوروبيون فيما بعد (١) .

وتولى رسول الله صلى الله عليه وسلم الحسبة بنفسه وقلدها غيره (٢) ، واتبعه في ذلك الخلفاء الراشدون ، حيث كان أئمة الصدر الأول يباشرونها (٣) بأنفسهم لعموم صلاحها ، وجزيل ثوابها ، ثم صارت ولاية من ولايات الإسلام ، ونظاماً من أنظمة الحكم التي جرى عليها الولاة والحكام ، وكانت موجودة بجوار ولاية القضاء(٤).

ولم يعرف عصر الرسول صلى الله عليه وسلم والخلفاء الراشدين ولاية الحسبة بذاتها ، وفي منتصف القرن الثاني للهجرة في بداية العصر العباسي ، اتسعت الدولة وترامت أطرافها ، ونشطت التجارة والصناعة ، ودخل الإسلام أقوام جدد لم يكن لهم سابقة في الإسلام ، وليسوا من التابعين ، ولا يوجد لديهم الوازع للدين ورقابة الضمير ، كما كان لدى الصحابة والتابعين ، وكان ذلك يتطلب مزيداً من الرقابة فانفرد بالوظيفة محتسب ، وتولاها بأمر الخليفة (أو أحد ولاته ، حيث حدث ذلك في زمن الخليفة أبى جعفر المنصور فولى الحسبة يحيى بن زكريا (عام ١٥٧ هـ) ، كما أن الخليفة الهادي ولى أمر الحسبة نافع بن عبدالرحمن بن أبى نعيم عام

---

(1) د. اسحق موسى الحسني ، نظام الحسبة في الإسلام ، بحث بالمؤتمر الأول لمجتمع البحوث الإسلامية ، الأزهر ١٩٦٤ م نقله عنه : الكفراوي ، الرقابة المالية في الإسلام ص ١٥٢.

(2) فضيلة الشيخ إبراهيم دسوقي الشهاوي ، الحسبة في الإسلام ص ١٠٣.

(3) محمد القرشي ، ابن الاخوة ، معالم القربة في أحكام الحسبة ص٧

(4) الكفراوي ، الرقابة المالية في الإسلام ص ١٥٥.

١٩٦هـ .[١]

وتطور نظام الحسبة في عهد الفاطميين [٢] ، فكان للمحتسب نواب يطوفون في الأسواق ، وكان المحتسب يجلس للفصل بين الناس في جامعة الأزهر ، واتسعت سلطته حتى اصبح من واجب رجال الشرطة القيام بتلبية أوامره ، وتنفيذ أحكامه ، وكان يقرأ سجله بمدينتي مصر والقاهرة على المنبر .

وتبين لنا مما سبق أن الحسبة ولاية من ولايات الإسلام ، ونظاماً من أنظمة الحكم التي اهتم بها الولاة والحكام ، وأصبح ضرورياً أن يكون والي الحسبة مأذوناً له من جهة الوالي وصاحب الأمر ، فتعيين المحتسب فرض على القائم بأمور المسلمين أن يعين لذلك من يراه أهلاً له [٣] .

وفي هذه المرحلة ظهر المحتسب المعين ، واهتم الولاة والحكام بتنظيم ولاية الحسبة ، ووضع قواعدها ، وتحديد اختصاصاتها ، وبيان سلطة متوليها ، والتي تختلف من وقت لآخر ، فقد يتدخل المحتسب في ولاية القضاء في بعض الأزمنة والأمكنة ، ويتدخل في ولاية الحرب في زمان ومكان آخر[٤] .

شروط المحتسب أو والي الحسبة :

وضع الفقهاء شروطاً يجب أن تتوافر فيمن يقوم بأعباء الحسبة ، ونذكر فيما يلي

---

(1) ابن قتيبة ، الإمامة والسياسة ١٦٠/٢.

(2) د. حسن إبراهيم حسن ، تاريخ الإسلام ، النهضة العربية ، ط١ سنة ١٩٦٨م ، ٣٨٥/٤ .

(3) ابن خلدون ، المقدمة ، ص٢٠١

(4) ابن قيم الجوزية ، الطرق الحكمية ، ص٢٣٩.

أهم هذه الشروط:

الشرط الأول : أن يكون المحتسب مسلماً حراً بالغاً عاقلاً عادلاً قادراً ، فيخرج منه الصبي والمجنون والكافر [١] .

الشرط الثاني : العلم ، يجب أن يكون المحتسب عالماً بأحكام الشريعة ؛ ليعلم ما تأمر به وتنهى عنه ، فالحسن ما حسنه الشرع والقبيح ما قبحه الشرع ، ولا مدخل للعقول في معرفة المعروف والمنكر إلا بكتاب الله ن وسنة رسوله ، ورب جاهلٍ يستحسن بعقله ما قبحه الشرع ، فيرتكب المحظور وهو غير عالم به ، ولهذا كان طلب العلم فريضة على كل مسلم [٢].

الشرط الثالث : العدل ، فالمحتسب بمنزلة الأمين المطاع ، لذلك يشترط فيه أن يكون عادلاً فيما يأمر به ، ومطلوب منه العدل والصدق كما هو مطلوب في الأمير والحاكم [٣].

الشرط الرابع : أن يكون المحتسب قادراً على الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، ويستطيع أن يغير المنكر ، ولا يخشى في ذلك سلطان ، ولا يخاف على نفسه أو ماله ، وفي ذلك يقول الماوردي :" أن من شروط والي الحسبة أن يكون حراً

---

[1] ابن الاخوة ، معالم القربة في أحكام الحسبة ص٧.

[2] الشيرزي ، نهاية الرتبة ص٦ ، ابن تيمية ، الحسبة في الاسلام ، ص ٥٤٤-٥٤٥.

[3] الكفراوي ، الرقابة المالية في الإسلام ، ص ١٦٤.

عادلاً ، ذا رأي وصرامة وخشونة في الدين ، والعلم بالمنكرات الظاهرة " [١] .

الشرط الخامس :يجب على المحتسب أن يكون عاملاً بما يعلم ، ولا يكون قوله مخالفاً لفعله ، وأن لا يأمر بما لا يؤمر به [٢] .

هذه أهم الشروط الواجب توافرها في المحتسب ، وهنـــاك الكثيـــر مـــن الـــشروط الأخرى موضعها في كتب الفقه والسياسة الشرعية ، وقد مر معنا في الفصل الرابع عن دور المحتسب في حماية المستهلك .

أساليب الاحتساب :

للحسبة درجات ومراحل يقوم بها المحتسب ، بعد أن يتعرف علـــى المعـــروف الذي ظهر تركه ، والمنكر الذي ظهر فعله ، وقد تكون الحسبة إصلاح بين النـــاس أيضاً ، فمن واجبه أن يضع الأمور في نصابها ، ويكون بالأمر باتباع المعـــروف والنهي عن المنكر ، متبعاً في ذلك وسائل:تبدأ بالتعريف بالخطأ ، وتنتهي بالاستعانة بالاعوان والســـلاح ؛ لتنفيذ أحكام الشريعة الإسلامية ، وفيما يلـــي نـــوجز هـــذه المراحل [٣] :

١- التعريف : ويكون ذلك ببيان الحكم الشرعي ، فإن المُنكَر قد يقدم عليه الشخص جاهلاً بكونه منكشراً ، وإذا عُرف انه منكَر تركه، فينبغي أن يعرفه المحتسب بذلك

---

[1] الماوردي ، الأحكام السلطانية ، ص٢٤١.

[2] ابن الاخوة ، ص ١٢ ، والشيرزي ، نهاية الرتبة ،ص٦.

[3] عبد القادر عودة ، التشريع الإسلامي ، ١/٥٠٥.

٢- النهي بالوعظ والنصح والتخويف من الله ، ويجب أن يتبـــع المحتـــسب هـــذا الأسلوب مع الشخص الذي وقع في المنكر لأول مرة ، وهو عالم بكونه منكراً .

٣- التقريع والتعنيف ، والقول الغليظ الخشن ، وذلك حين العجز عن المنع باللطف ، والموعظة الحسنة ، وظهور مبادئ الإصرار والاستهزاء بالوعظ ، حتى يرتـــدع المخالف عما قام به من منكر .

٤- التهديد والتخويف ، كأن يقول المحتسب دع عنك هذا ، ويستحسن أن لا يهـــدد المحتسب إلا بما يقدر عليه ، لئلا يؤدي ذلك إلى الاستهانة ن والاستخفاف بأوامره

٥- التغيير باليد ، كإراقة الخمر .

٦- الضرب والحبس ، فإذا لم يرتدع المخالف رغم اتباع الطرق الـــسابقة معـــه، فيحق للمحتسب أن يباشر ضربه أو حبسه ، بشرط الضرورة والاقتصارعلى قـــدر الحاجة .

٧- الاستعانة بالأعوان والسلاح : ويلجأ المحتسب إلى هذه الطريقة عندما لا يقـــدر بنفسه على منع المخالف ، فيحتاج إلى أعوان يشهرون السلاح .

ومراتب الاحتساب هذه لا يجوز اللجوء إلى واحدة ، إلا عندما يرى المحتسب أن الطريقة السابقة لها غير مجدية مع المخالف .

المبحث الثاني : مؤسسات حماية المستهلك في الدولة في العصر الحاضر .

نظراً للحاجة الماسة لحماية المستهلك ، فقد ظهرت الكثير من المؤسسات الحكومية، والجمعيات الاهلية التي تعنى بحماية المستهلك ، وأصبحت هذه المؤسسات والجمعيات تلعب دوراً هاماً في حماية المستهلك ، ولم تقتصر على بلد دون آخر ، بل اصبح لها تجمعات قطرية أو عالمية ، من أجل توحيد القوانين التي تُعنى بحماية المستهلك ، لأن جميع المستهلكين بحاجة الى حماية بغض النظر عن أماكن سكناهم، واختلاف الوانهم ، ودياناتهم .

ومن أبرز المؤسسات الحكومية لحماية المستهلك في الاردن : مؤسسة المواصفات والمقاييس ، أما ابرز الجمعيات الأهلية لحماية المستهلك ؛ فهي الجمعية الوطنية لحماية المستهلك .

أولا : مؤسسة المواصفات والمقاييس الاردنية [١].

أنشئت مؤسسة المواصفات والمقاييس استناداً للقانون رقم ١٥ لعام ١٩٩٤، وهي الخلف القانوني لمديرية المواصفات والمقاييس التي أنشئت في عام ١٩٧٢.

إن المؤسسة هي الجهاز الوطني لإعداد المواصفات القياسية ، ونشرها في الأردن، وهي تقوم بمنح علامات الجودة للمنتجات، وتعمل على تطبيق "أنظمة الجودة" في الأردن حسب المواصفات الدولية (إيزو ٩٠٠٠) ، كما تقوم بتنظيم الندوات والدورات التدريبية في مجالات المواصفات ، والمقاييس والاختبار

[1] نشرة : مؤسسة المواصفات والمقاييس الأردنية ، عمان ،١٩٩٦م ، مطابع المؤسسة الصحفية الأردنية .

والجودة ، للعاملين في المؤسسات المختلفة من القطاعين العام والخاص، وتقدم المعلومات المطلوبة في هذه المجالات لأرباب الصناعة ، والتجارة وغيرهم من المهتمين .

وقد بلغ عدد العاملين في المؤسسة عام ١٩٩٦ حوالي ١٢٠ عنصراً من المهندسين والإداريين والفنيين المؤهلين .

المهام الرئيسة للمؤسسة :

أ- إعداد المواصفات القياسية الأردنية، بنوعيها الإلزامي والاختياري، واعتمادها، ومراجعتها، وتعديلها، ومراقبة تطبيقها.

ب- وضع نظام وطني للقياس ومراقبة تطبيقه .

ج- منح علامة الجودة وشهادة المطابقة ، واعتماد مختبرات الفحص والمعايرة .

د- مراقبة العيارات المقررة لمصوغات المعادن ، والأحجار الثمينة والمجوهرات، وفحصها ودمغها.

هـ- قبول المواصفات القياسية للدول الأخرى ، والمنظمات العربية ، والإقليمية والدولية ، واعتمادها كمواصفات أردنية، شريطة أن تصدر هذه المواصفات باللغة العربية أو الإنجليزية.

و- التعاون مع المؤسسات والمنظمات العربية ، والإقليمية والدولية ، التي تعمل في مجال المواصفات والمقاييس، والتنسيق معها أو الانتساب إليها.

وللمؤسسة دور كبير في حماية المستهلكين ، وذلك بوضع التوصيف الدقيق للسلع والخدمات ، ومتابعة تنفيذه ، ويكون ذلك ضمن كوادر مؤهلة تأهيلاً مناسباً لهـذا الدور المهم .

ثانياً : جمعيات حماية المستهلك .

من غايات الجمعيات [١] **:**

١- إجراء دراسات مقارنة للسلع الهامة بالنسبة للمستهلك ، حيث الجودة ، والسعر والأمان .

٢- تمثيل مصالح المستهلك في اللجان الحكومية التي تقتضي ذلك مثلاً :

- لجان إعداد المواصفات القياسية .

- لجان تحديد الأسعار وغيرها من اللجان ، التي ترعى مصالح المستهلك .

٣- تلقي شكاوي المستهلكين ودراستها ، والاتصال بالجهات المسؤولة لمعالجتها.

٤- خلق الوعي العام لدى قطاع المستهلكين ، بالنسبة لجودة السلع ، وملاءمتها للاستعمال . مثلاً توعيتهم لكيفية شراء غذاء كامل الفوائد بأسعار معقولة، وتوعيتهم للتأكد من أن السلع المستوردة، وخاصة الأدوية والأغذية ، يسمح باستعمالها في بلد المنشأ ، وغير مرفوضة لسبب من الأسباب .

---

[1] جمعية حماية المستهلك ، انشاؤها ، دورها ، ومشاكل المستهلك ، الطبعة الاولى ، صدرت عن الامانة العامة للمنظمة العربية للمواصفات والمقاييس ، عمان :١٩٨٤م

٥- لفت نظر المستهلك إلى السلع التي تتعرض للغش ، وإبداء الرأي حول الدعايات التجارية التي لا تتفق مع الواقع ، وحماية المستهلك من المعلومات المغلوطة ، والدعاية الكاذبة .

٦- تشجيع إصدار التشريعات اللازمة لحماية المستهلك ، وذلك بحثِّ الأجهزة الحكومية المختصة على إصدار القوانين ، والأنظمة لقمع الغش وحماية المستهلك

٧- مراقبة مطابقة السلع للمواصفات ، والتأكد من الجودة والأمان ، ومن وضع المعلومات الصحيحة على البطاقة الإعلامية .

٨- إرشاد المستهلك إلى الأنظمة والقوانين ن التي ينبغي الاستفادة منها ؛ لحماية مصالحه ، وإعلامه بالدوائر المختصة بها .

٩- إرشاد المستهلك إلى ضرورة محاربة الغلاء ، عن طريق الامتناع عن شراء المواد المرتفعة الأسعار، وعدم التهافت على شراء السلع وقت الأزمات ؛ لمنع الاحتكار .

١٠- الاستعانة بالمؤسسات الحكومية والمختبرات العامة ؛ لإجراء الفحص المخبري على بعض السلع ، للتأكد من الجودة والنوعية والأمان .

١١- استخدام وسائل النشر والإعلام وغيرها من الوسائل القانونية ، لتحقيق أغراضها .

١٢- التعاون مع الجمعيات والمؤسسات العالمية ، لتبادل الخبرات والمعلومات .

١٣- إصدار النشرات الدورية ، التي تبين نشاطات الجمعية ومنجزاتها.

١٤- إجراء الاستطلاع السوقي لأخذ رأي المستهلك عما يؤثره من السلع والخدمات .

دور الجمعيات في حماية المستهلك :

تقوم الجمعية بحماية المستهلك ، ورعاية مصالحه ، وذلك عن طريق تحسين جودة السلع ، وأمانها، وتزويده بالمعلومات ، ونشر الوعي الاستهلاكي بين كل أفراد المستهلكين ، وغير ذلك من الأمور .

دور الجمعيات في تحسين جودة السلع ونوعيتها :

يهتم المستهلك بإنتاج سلع بأقل التكاليف، وبالتالي تبرز أهمية دور المواصفات. ويلاحظ أن العالم العربي بحاجة إلى المواصفات حيث إنه يحتاج إلى أساس وعماد صناعي يقوي من اقتصاده. وكونه من الدول النامية، فقد استسلمت شعوبه للظاهرة الاقتصادية الشائعة وهي الرغبة بالأشياء المستهلكة وزيادة الطلب عليها .

وتلعب جمعيات حماية المستهلك دوراً هاماً في تحسين جودة السلع ، بما يلي :

١- تطالب جمعية المستهلك الجهات المختصة ، باشراك ممثليها في اللجان الفنية، والتنفيذية لوضع المواصفات .

٢- تحث جمعية المستهلك دوائر المواصفات والمقاييس ، للاسترشاد بمواصفات المنظمات الدولية والإقليمية .

٣- تسعى الجمعية لإصدار بعض المواصفات للسلع المعلبة ، وأحجامها ،كما تطالب بإيجاد مواصفات خاصة بالغذاء، والأوزان، والمقاييس ، والأمان الإلزامي من أجل الدفاع عن حقوق المستهلك .

٤- تراقب الجمعية التزام التجار بالأسعار المكتوبة على السلع المسعرة من الدولة؛ كي تضمن عدم التلاعب بالاسعار. وتطالب منتجي الأدوية بتبرير تفاوت أسعار الأدوية ، وتقوم بمراقبة الإعلان عنها ، وعن مواد التجميل .

٥- تسعى الجمعية لاستصدار قوانين تتعلق بالجودة ، وذلك عن طريق النشر والإعلان عن حالات ، وسابقات أدت إلى مخاطر ، ومساوئ ، نتيجة عدم وجود مثل هذه القوانين .

٦- تساعد جمعية المستهلك الحكومية على رفع نوعية ، ومستوى جهاز الرقابة والتفتيش ، والاختبار ، بحيث يضم كفاءات فنية ، وعلمية على مستوى عالٍ ، يعمل على جميع المستويات .

٧- تتعاون جمعية المستهلك مع دوائر المواصفات ، والمقاييس ، لزيادة ثقافة المجتمع والمواطن والمستهلك ، عن دور المواصفات وأهميتها .

٨- تطالب جمعية المستهلك بوجود قوانين صارمة ، تعاقب المخالفين للمواصفات الإلزامية، وتطالب بوضع رقابة أقــوى علـــى الأوزان ، والمقـــاييس ، وأنـــواع العدادات ؛ لضبط الغش .

دور الجمعيات في فرض أمان السلع :

تساهم جمعية حماية المستهلك في فرض مواصفات الأمان ، والتحذير من خطر السلع. وفي هذا المجال تقوم الجمعية بما يلي :

١- السعي لاستصدار قانون لسحب السلع الخطرة من السوق ، وتحمــل المنــتِج والمقاول ، والمستورد ، مسؤولية أمان السلع عند استعمالها بالطرق المقترحة .

٢- تتعاون جمعيات المستهلك بإعلام بعضها بعضاً ، عن السلع الخطرة.

٣- السعي لاستصدار قوانين ، تقضي بالتشديد على وضع المعلومات الدقيقة على السلع الجيدة ، والمفيدة ، والتي قد تكون خطرة في حـــال اســـتعمالها بطريقـــة خاطئة، (مثلاً وضع علامة بارزة على الأبواب الزجاجية التي ليس لها إطـــار، مما يتسبب في ارتطام الناس بها) .

٤- تسعى الجمعية لاستصدار قوانين تحدد مواصفات الأمان ، ومتطلبات معينـــة لكل سلعة ، خطرة كالأجهزة الكهربائية ، والسلع التقنية والكيميائيـــة والأدويـــة، وتكون هذه المواصفات طبقاً للمواصفات الدولية، كي يطمئن المستهلك إلى السلع المحلية .

٥- تسعى لاستصدار قوانين المتطلبات ، والمواصفات الخاصة مثل " التحذير من الخطر" و " التعليب" و " إحكام الغلق" .

دور الجمعيات في تزويد المستهلك بالمعلومات :

يحصل المستهلك على معلوماته ؛ إما من بائع التجزئة ؛ أو من المنتِج ،أو الصانع، أو من مجالس حكومية عامة ، وشبه عامة ، أو من جمعيات حماية المستهلك. وكي تقوم الجمعية بدورها في تزويد المستهلك بالمعلومات ، عليها أن تدرك حقيقة معلومات المستهلك، وتحرص على دقة مصادر هذه المعلومات، والتأكد من صحتها ، واستقلاليتها وموضوعيتها وشموليتها .

كيفية تزويد المستهلك بالمعلومات :

تقوم جمعية حماية المستهلك بتزويد المستهلك بالمعلومات وذلك عن طريق :

١- نشر نتائج اخبارات المقارنة بشكل منتظم في المجلة التي تصدرها الجمعية، ونشر موضوعات مختصة، وكتيبات إرشادية ، ونشرات ثقافية .

٢- تسعى لتطبيق وضع المعلومات الصحيحة ، والدقيقة على البطاقة الإعلامية ، وتطالب بأن ترفق " تعليمات للاستعمال" مع كل سلعة مباعة .

تواجه جمعية حماية المستهلك مشاكل حين تقوم بتزويده بالمعلومات . مثلاً هناك حاجة ماسة إلى مستوى عال من الدقة، وإلى اختبار أسلوب مثالي في تقديم المعلومات ، وضرورة تطويرها ومتابعتها. كذلك فإن هناك حاجة لتسهيل

المواضيع الفنية، ووضعها بشكل مثير للاهتمام. ليس هذا فحسب بل يصعب تحديد مجموعة الناس التي تقوم الجمعية بمخاطبتهم، واختلاف قدراتهم ، واختلاف مستوى التعليم ..... الخ .

إن من واجب جمعية حماية المستهلك حث المستلك لأخذ المعلومات الكافية، كما أن من واجبها مراقبة وضع المعلومات ، وصحتها ومطابقتها للواقع والحقيقة. فهي إن قامت بذلك، فإنها ستمنع أساليب الغش ، وغلاء الأسعار. وحين يزود المستهلك بالمعلومات اللازمة ، فإنه سيعرف كيف يختار السلعة المناسبة من حيث الجودة والسعر، إذ يقارن ميزات وخصائص السلع المتشابهة ، ويقارن السعر ، وبعدها يختار ولن ينتقي السلعة الأغلى ثمناً لاعتقاده أنها الأجود، كما هو حاصل الآن، بل سيختار عن وعي وإدراك ، اختياراً مبنياً على حقائق ومعلومات صحيحة. فهو لن يُضلل ، أو يتعرض إلى وسائل إقناع كاذبة، بل إن الخيار متروك له ليحدد ما يحتاجه، بعد أن تتوفر لديه كل الحقائق والمعلومات .

دور الجمعيات في نشر الوعي الاستهلاكي :

إن ثقافة المستهلك جزء من عملية تطور كاملة نحو مجتمع صناعي. لذا تقوم جمعية حماية المستهلك بمساعدته على التمييز بين السلع، وتوعيته، كي لا يقع ضحية الدعاية المضللة، وإقناعه بضرورة ترشيد الإستهلاك ، وضرورة شراء مواد رخيصة جيدة الصنع ، بدل المواد غالية الثمن المستوردة، والاختصار من

المواد الكمالية وتقليل الهدر والإسراف ، وتوعيته بأن غـلاء السـعر لا يعنـي الجودة، وإن السلعة التي يشتريها هي ثمن أتعابه، وبالتالي من حقـه أن تكـون مطابقة لاحتياجاته وتتصف بالجودة والأمان .

القوانين التي تحمي المستهلك :

تقوم جمعيات حماية المستهلك بإعلامه بالمبـادئ الـشرعية ، والأساسـية المتعلقة بالتجارة ، وبالوسائل المتوفرة ؛ لتثبيت حقوقه ، وبقانون حماية المستهلك ، وقانون قمع الغش ، وإعلامه بحقوق ، وواجباته كمستهلك ، وحقوق وواجبـات البائع والمنتِج .

وتعتبر الجمعية الوطنية لحماية المستهلك في الاردن ، من الجمعيات والمؤسسات التي تلعب دوراً هاماً في حماية المستهلك ، وخاصة في مجال التوعية والارشـاد للمستهلكين عن طريق الندوات ، والمؤتمرات ، والنشرات [١].

ونلقي الضوء فيما يلي عن أهم أهداف وغايات هذه الجمعية [٢] :

أولا : دراسة مشاكل المستهلك وتحديدها ، والعمل مع الجهات الرسمية والأهلية والمؤسسات العلمية ، للتغلب عليها .

ثانيا: تنمية الوعي العام لدى الجمهور ، بكافة الوسائل في التعامل مع المواد والسلع الاستهلاكية بأنواعها من حيث الكم والنوع .

---

[1] ينظر مجلة حماية المستهلك ، التي تصدر عن الجمعية الوطنية لحماية المستهلك ، الاردن .

[2] ينظر : النظام الأساسي للجمعية الوطنية لحماية المستهلك ، الاردن ، والمؤرخ في : ١٩٨٩/١٠/٢٣م .

ثالثا: توعية فئات المستهلكين والجمهور ، للتعامل مع السلع والمواد الاستهلاكية بما يضمن المصلحة الفردية ، ويدعم الاقتصاد الوطني .

رابعا: مقاومة الغش في النوعية ، والتلاعب في الأسعار ، ومحاربة الغلاء والاحتكار ، وإرشاد المستهلك وتوعيته بالطرق المشروعة ، والتعاون والتنسيق مع الأجهزة الرسمية المختصة .

خامسا: حماية مصالح المستهلكين ، وتمثيلهم أمام مؤسسات القطاعين العام والخاص ، وأمام الجهات الرسمية والقضائية .

سادسا: وفي سبيل تحقيق هذه الأهداف والغايات،للجمعية تشكيل فرق عمل ميدانية وإصدار مطبوعات ومجلات متخصصة ، ونشرات دورية واستخدام وسائل الاتصال المختلفة .

سابعا: الاتصال والتعاون مع الهيئات والجمعيات العربية والدولية ذات العلاقة ، بما يتفق مع القوانين والأنظمة المرعية .

ثامنا: ليس للجمعية غايات سياسات ، أو نشاطات دينية أو طائفية وهي تقدم خدماتها للجميع طبقاً للقوانين ن والأنظمة المرعية دون تمييز .

ومع الدور الكبير الذي تلعبه الجمعية الوطنية لحماية المستهلك ؛ فإنه يوجد علـــى نظامها الاساسي بعض المآخذ ، وأهمها :

أنه يركز على إدارة الجمعية ، ويضع جل إهتمامه في ذلك ، ولم يتكلم في أهداف وغايات الجمعية إلا في المادة الثانية فقط ، وبشكل عـــام ، دون تحديـــد مـــشكلة المستهلك وآلية حلها ، وحمايته من الضرر ، وفي الفرع رقم (٦) من المادة الثانية ؛ حاول النظام الاساسي وضع آلية تنفيذية لتحقيق غايات الجمعيـــة ، وأهـــدافها ، وفي رأيي المتواضع أن هذه الآلية بحاجة الى توضيح ، وتدقيق أكثر بما يتناسب مع اهمية الموضوع ، فتشكيل فرق العمل الميدانية ، واصدار النشرات والمجلات ، واستخدام وسائل الاتصال ، لا تفي بالغرض ، وذلك للاسباب التالية :

١. لا بد من تحديد آلية عمل الفرق الميدانية ، وهل هي طوعية أم متفرغـــة براتب ، وتحديد أهداف هذه الفرق وطرق عملهـــا ، ووســـائل اتـــصالها بالمستهلكين ، والمنتجين ، وكيفية معالجتها لقضايا المستهلك ، وحمايته .
٢. اصدار المجلات والنشرات له جانب ايجابي في توعية وتثقيف المستهلكين ، ولكن نسبة من يقرأون هذه المجلات والنشرات قليلة .
٣. واستخدام وسائل الاتصال لا يفي بالغرض ، فالمستهلك بحاجة الى جمعية ومؤسسة تكون قريبة من حاجاته ومتطلباته ، وترعـــى حقوقـــه وتطالـــب بصيانتها ، وترفع الظلم والغش عنه ، وذلك لا يتحقق إلا بوضع آلية عمل حقيقية من قبل مختصين ، تحقق أهداف وغايات الجمعية ، بطريقة حديثة وواعية وفعّالة تتناسب مع التطور في مجـــالات الانتـــاج والاســـتهلاك ،

والتركيز على المطالبة بسن قوانين تحافظ على المستهلك وتعمل على حمايته ، وتشدد العقوبة على المخالفين والمتجاوزين ، والتركيز في آلية التطبيق على دور وأثر الشريعة الاسلامية في حماية المستهلك بتنمية الوازع الديني والاخلاقي عند المنتج والبائع ، وتنمية المفاهيم الشرعية في المستهلك من ترشيد الاستهلاك ، وعدم الاسراف .

الخاتمة

بحثت هذه الدراسة موضوع له مساس بحياة الناس اليومية ، ويتعلق بجانب مهم من جوانب الحياة الاقتصادية ، وهو موضوع حماية المستهلك في الفقه الاسلامي – دراسة مقارنة – ، وبينت أهم المصطلحات الفقهية والقانونية والاقتصادية التي لها علاقة بهذا الموضوع ، ثم بينت الدراسة التدرج التاريخي لحماية المستهلك كمباديء وأصول عامة مع التأكيد على أن الشريعة الاسلامية كانت سباقة في هذا الميدان ، ثم بينت أهداف حركة حماية المستهلك ومجالاتها .

ثم تناولت الدراسة التدابير الاحترازية والتشريعية لحماية المستهلك ، وسلطت الضوء على النصوص القانونية المتعلقة بذلك من القانون المدني الأردني مع بيان أوجه الاتفاق والاختلاف في ذلك ، وركزت على بيان التدابير الاحترازية والتشريعية لحماية المستهلك في جميع مراحل الاستهلاك : قبل العقد وعند ابرام العقد ، وبعده .

وبينت الدراسة : دور الدولة في حماية المستهلك ضمن المباديء الكلية العامة من خلال : نظام التسعير ، ومراقبة الدعاية والاعلان ، ونظام الحسبة .

وبحثت في موضوع مؤسسات حماية المستهلك : الشرعية منها كمؤسسة الحسبة ، والوضعية كمؤسسة المواصفات والمقاييس الأردنية والجمعية الوطنية لحماية المستهلك .

أهم النتائج والتوصيات في هذه الدراسة :

١. أن الحماية التي توفرها الشريعة للمستهلك ، حماية شاملة ، فهي تراعي مصلحته في الدنيا والآخرة ، لذلك تركز على دائرة الحلال والحرام ، أما القوانين الوضعية – أكثرها – لا يهتم في هذا الجانب .

٢. تعتبر شريحة المستهلكين أوسع شريحة في المجتمع ، لحاجة الناس الى السلع والخدمات ، فيجب الاهتمام بحماية هذه الشريحة ، وذلك عن طريق سن القوانين التي تكفل الحماية لهم ، وتوعيتهم وتثقيفهم ، وتوفير السلع والخدمات لهم بتنافس حر ، لا احتكار فيه .

٣. ضبط قواعد السوق ، وتشريع القوانين التي تضمن استقلالية السوق من الاحتكار ، أو التسلط ، فالسوق الحرة تؤدي الى راحة وحرية وحماية للمستهلك ، أما السوق الاحتكارية – كما هو الحال في كثير من الأسواق الآن – فهي تساعد على احتكار القلة من التنفذين والمنتجين ، مما يؤثر سلباً على المستهلك ، مع التأكيد على ضرورة مراقبة الدولة للسوق الحرة.

٤. من خصائص الاسلام صلاحيته لكل زمانٍ ومكان ، وبالتالي لا بد من الاهتمام بمجال الفتاوى والاجتهادات الاقتصادية المتعلقة بمعاملات الناس ، ومنها حماية المستهلك ، وخاصة في ظل التطور الهائل في جميع مجالات

الحياة ، والتقدم العلمي الهائل الذي من نتائجه تطور عمليات البيع والشراء بطرق حديثة وعصرية (كالانترنت) .

٥. الاكثار من الندوات والمؤتمرات الشرعية الاقتصادية ، لمواقبة ما هو جديد في هذ المجالات ، وايجاد الحلول الشرعية لـــه ، وخاصـــةً أن الـــشريعة مبتناها التيسير على الناس في معاملاتهم ، ورحابة وروح الشريعة لا نجده في القوانين الوضعية .

٦. ايجاد مؤسسات تُعنى بحماية المستهلك ، ومنحها صلاحيات موسعة ، حتى تستطيع القيام بواجبها على أكمل وجـــه ، وتزويـــدها بـــالكوادر العلميـــة المتخصصة في ذلك .

فهرس المراجع والمصادر

أولاً : القرآن الكريم وعلومه

- **القرآن الكريم** .
- الجصاص ، أبو بكر أحمد بن علي الرازي ، **أحكام القرآن** ، دار إحياء الكتب العربية ، عيسى البابي الحلبي وشركاه ، مصر .
- الجمل ، **حاشية الجمل على الجلالين** ، المكتبة الإسلامية .
- المالكي ، ابن العربي المالكي ،ط: ١٣٧٦هـ ، ١٩٥٧م ، **أحكام القرآن** ، تحقيق محمد علي البيجاوي ، ط١ ، دار احياء الكتب العربية .

ثانياً : الحديث الشريف وعلومه

- الألباني ،ط: ١٣٨٠هـ ، ١٩٦١م ، **مشكاة المصابيح** ، تحقيق الألباني ، المكتب الاسلامي ، ط١ ،.
- الباجي ، أبو الوليد سليمان الباجي ،ط: ١٤٠٣هـ ، **المنتقى شرح الموطأ** ، دار الكتاب العربي ، بيروت ، ط٣.
- البيهقي ، أحمد بن الحسين ،ط: ١٣٤٤هـ ، **السنن الكبرى** ، مطبعة مجلس دائرة المعارف في الهند ، ط١.
- البخاري ، عبد الله بن اسماعيل ،ط: ١٣٠٠هـ، **الصحيح** ، عبد الله بن اسماعيل ، دار المعرفة للطباعة والنشر ، بيروت ، مصور عن طبعة المطبعة الاميرية .
- الترمذي ، محمد بن عيسى ، ط: ١٩٦٥م ، **السنن** ، مكتبة دار الدعوة ، حمص ، سوريا .
- ابن حاتم ، عبد الرحمن بن محمد بن ادريس الرازي ، **العلل** ، دار المعرفة ، بيروت ، تحقيق : محب الدين الخطيب .

- ابن حبان ، أبو حاتم البستي ،ط: ١٤١٤هـ ، **الصحيح**، مؤسسة الرسالة ، بيروت ط٢، تحقيق : شعيب الارناؤوط .
- ابن حنبل ، أحمد بن حنبل ، **المسند** ، الناشر : مؤسسة قرطبة ، مصر .
- الدارقطني ، ابو الحسن بن علي بن عمر ، **السنن** . بدون تاريخ .
- ابو داود ،سليمان بن الأشعث السجستاني ، **السنن** ، دار إحياء السنة النبوية ، بيروت .
- الساعاتي ، أحمد عبد الرحمن البنا ، ط: ١٣٧١هـ **الفتح الرباني** ، ط١ .
- الشوكاني ، محمد بن علي ،ط: ١٩٧٣م ، **نيل الوطار** ، دار الجيل ، بيروت.
- الشوكاني ، محمد علي ،ط: ١٩٨٥م ، **السيل الجرار المتدفق على حدائق الأزهار** ، تحقيق محمود ابراهيم ، ط١ ، دار الكتب العلمية ، بيروت .
- الصنعاني ، محمد بن اسماعيل ،ط: ١٩٧١م ، **سبل السلام** ، طبعة احياء التراث العربي ، بيروت .
- العسقلاني ، أحمد بن علي ، المعروف بإبن حجر العسقلاني ،ط: ١٣٧٩هـ ، **فتح الباري شرح صحيح البخاري** ، دار المعرفة ، بيروت .
- العيني ، بدر الدين محمود بن أحمد ، **عمدة القاري شرح صحيح البخاري**.
- ابن ماجه ، ابو عبد الله محمد بن يزيد القزويني ، **السنن** ، تحقيق : محمد فؤاد عبد الباقي ، دار الفكر الطباعة والنشر ، بيروت .
- مالك ، مالك بن أنس ، **الموطأ** ، تحقيق : محمد فؤاد عبد الباقي ، طبعة : دار احياء الكتب العربية ، عيسى البابي الحلبي وشركاه ، مصر .
- مسلم ، مسلم بن الحجاج القشيري ،ط: ١٩٨٧م ، **الصحيح** ، منشورات إدارة القرآن الكريم والعلوم الاسلامية ، باكستان .
- المنذري ،عبد العظيم بن عبد القوي ، ط: ١٩٦٨م، **الترغيب والترهيب من الحديث الشريف** ، مطبعة مصطفى البابي الحلبي ، مصر ، ط٣.
- النسائي ، أبو عبد الله أحمد بن شعيب ،ط: ١٣٤٨هـ ، ١٩٣٠ م، **السنن** ، دار المكتبة التجارية الكبرى ، مصر ، ط١ .

- النووي ، أبو زكريا محي الدين بن يحيى بن شرف ،ط: ١٣٩٢هـ، **شرح النووي على صحيح مسلم** ، دار إحياء التراث العربي ، بيروت ، ط٢ ،
- الهيثمي ، علي بن ابي بكر ،ط: ١٤٠٧هـ، **مجمع الزوائد ومنبع الفوائد** ، دار الريان للتراث ، القاهرة ، ودار الكتاب العربي ، بيروت ط٢ .

ثالثاً : اللغة العربية

- ابراهيم أنيس وآخرون ، **المعجم الوسيط** ، دار إحياء التراث العربي ، بيروت ، ط٢ .
- ابن البيطار ،ط: ١٢٩١هـ، **المفردات** ، طبعة بولاق .
- ابو جيب ، سعدي ابو جيب ،ط: ١٩٨٢م، **القاموس الفقهي** ، دار الفكر ، دمشق ، ط١.
- الرازي ، محمد بن أبي بكر ، ط: ١٩٨٧م ، **مختار الصحاح** ، الهيئة المصرية العامة للكتاب.
- الفيروزأبادي ، مجد الدين محمد بن يعقوب ، **القاموس المحيط** ، دار الجيل ، والمؤسسة العربية للطباعة والنشر ، بيروت .
- الفيومي ، أحمد بن علي ، ١٩٢١م ، **المصباح المنير** ، المطبعة الميرية بالقاهرة ، ط٤.
- قلعجي قنيبي ، ومحمد رواس حامد، ،ط: ١٩٨٥م ، **معجم لغة الفقهاء** ، دار النفائس بيروت ، ط١.
- ابن منظور ، ابو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم ، **لسان العرب** ، دار إحياء التراث العربي ، بيروت ، مؤسسة التاريخ العربي .

رابعاً : الفقه الاسلامي وفروعه

- ابن الاخوة ، محمد القرشي ،ط: ٢٠٠١ ، **معالم القربة في أحكام الحسبة** ، دار الكتب العلمية ، بيروت ط١ ، علق عليه ابراهيم شمس الدين .
- ازبيده ، علي رمضان ، ١٩٨٤م ، **النظرية العامة للاهلية** ، دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون ، المنشأة العامة للنشر والتوزيع ، طرابلس ، ليبيا ، ط١.
- الأزهري ، صالح عبد السميع ، **جواهر الاكليل** ، دار احياء الكتب العربية ، عيسى البابي الحلبي وشركاه ، مصر .
- الاشقر ، عمر سليمان ، **الربا وآثره على المجتمع الانساني** ، دار الخط ، الكويت .
- امين ، سيد امين ، ط:١٩٧٥م، **المعاملات الشرعية** ، مطبعة جامعة الخرطوم ، ودار التأليف والنشر الخرطوم.
- الأنصاري ، ابو يحيى زكريا ، **أسنى المطالب شرح روض الطالب** ، وعليه حاشية الرملي .
- البابرتي ، محمد محمود ،ط: ، ١٣١٧هـ ، **شرح العناية على الهداية** ، المطبعة الكبرى الاميرية.
- بابللي ، محمود محمد .
  - ط : ١٩٧٥م، **المال في الاسلام** ، ط١ ، دار الكتاب العربي ، بيروت .
  - ط: ١٩٩٦م ، **الآيات القرآنية والأحاديث النبوية في المال والاقتصاد والتعامل المادي والخلقي** ، المكتب الاسلامي ، بيروت ، ودار الخاني ، الرياض ، ط١.
- الباجي ، ابو الوليد سليمان الباجي ،ط: ١٣٣٢هـ ، **المنتقى شرح الموطأ** ، دار الكتاب العربي ، مصور عن طبعة دار السعادة.
- البخاري ، عبد العزيز بن أحمد ، **كشف الاسرار على أصول البزدوي** ، مكتب الصنايع .

- البدوي ،ط : ١٤٢٣هـ ، **عناصر الانتاج في الاقتصاد الاسلامي والاقتصاد الوضعي** ، جامعة الكويت ، لجنة التأليف والتعريب والنشر.
- ابن بسام ، محمد بن أحمد ، **نهاية الرتبة في طلب الحسبة** ، دار الحداثة ، بيروت .
- البعلي ، ابو الحسن علي بن محمد ،ط : ١٣٦٩هـ ، **الاختيارات الفقهية من فتاوى شيخ الاسلام ابن تيمية** ، تحقيق : محمد حامد الفقي ، دار المعرفة ، بيروت .
- البعلي ، عبد الحميد البعلي ،ط : ١٩٨٩م ، **ضوابط العقود** – دراسة مقارنة – مكتبة وهبه ، القاهرة ، ط١.
- البهوتي ، **كشاف القناع عن متن الاقناع** ، منصور بن إدريس ، مطبعة النصر الحديثة ، الرياض .
- البوطي ، محمد توفيق رمضان ،ط: ١٤١٩هـ ، **البيوع الشائعة وأثر ضوابط المبيع على شرعيتها** ، مطبعة دار الفكر ، دمشق ، ودار الفكر المعاصر ، بيروت ، ط١ .
- التمرتاشي ، محمد بن عبد الله ،ط : ١٤٢٣هـ ، ٢٠٠٢م ، **الدر المختار شرح تنوير الابصار** ، تحقيق : عبد المنعم ابراهيم ، دار الكتب العلمية ، بيروت ، ط١ .
- ابن تيمية ، تقي الدين ابن تيمية ، **الحسبة ومسؤولية الحكومة الاسلامية** ، تحقيق صلاح عزام ، مطبوعات الشعب ، مصر .
- ابن تيمية ، عبد الحليم بن تيمية ، **مجموع الفتاوى** ، ترتيب : عبد الرحمن محمد قاسم ، مكتبة المعارف ، الرباط ، المغرب .
- الجزيري ، **الفقه على المذاهب الاربعة** ، ط٨ ، دار احياء التراث العربي
- جمعية الدراسات والبحوث الاسلامية ،ط: ، ١٩٨٠م، **دور الاقتصاد الاسلامي في احداث نهضة معاصرة** ، ط١ .
- الجمل ، سليمان الجمل ، **حاشية الجمل على شرح المنهج** ، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع .

- ابن حزم ، علي بن احمد ،ط: ١٣٨٨هـ، **المحلى** ، دار الاتحاد العربي ، القاهرة .
- الحصفكي ، محمد بن علي ،ط: ٢٠٠٢م ، **الدر المختار** ، تحقيق : عبد المنعم خليل ، دار الكتب العلمية ، بيروت ، ط١ .
- الحطاب ، محمد بن علي الطرابلسي ، **مواهب الجليل لشرح مختصر خليل** ، طبع ونشر : مطبعة النجاح ، طرابلس ، ليبيا .
- حسن ، حسن ابراهيم حسن ،ط: ١٩٦٨م ، **تاريخ الاسلام** ، مطبعة النهضة العربية ، ط١ .
- الحسني ، اسحق موسى الحسني ، **نظام الحسبة في الاسلام** ، بحث قدم بالمؤتمر الأول لمجتمع البحوث الاسلامية .
- حسنين ، علي محمد ،ط: ١٤٠٥هـ، **الرقابة الادارية في الاسلام** – المبدأ والتطبيق – دار الثقافة للنشر والتوزيع ، القاهرة ط١.
- الخطيب ، أنور الخطيب ،ط: ١٩٦٥م، **الأهلية المدنية في الشرع الاسلامي والقوانين اللبنانية** ، المكتب التجاري للطباعة والتوزيع والنشر ، بيروت ، ط١ .
- الخطيب ، صبا ماجد عبد الرحمن ،ط: ٢٠٠٠م ، ١٤٢٠هـ ، **عناصر الانتاج عند الجصاص من خلال كتاب أحكام القرآن** ، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة اليرموك ، قسم الفقه والدراسات الاسلامية .
- الخفيف ، علي الخفيف ، **أحكام المعاملات الشرعية** ، القاهرة ، دار الفكر العربي ، ط٣ .
- ابن خلدون ، عبد الرحمن بن خلدون ، **المقدمة** ، دار احياء التراث العربي بيروت .
- الخياط ، عبد العزيز الخياط .

– ط: ١٩٨١م، **المجتمع المتكافل في الاسلام** ، بيروت ، مؤسسة الرسالة .

– ط: ١٩٨٦م ، **المؤيدات التشريعية** ، نظرية العقوبات ، ط٢ ، دار السلام القاهرة .

- **نظرية العقد والخيارات في الفقه الاسلامي** ، المعهد العربي للدراسات المالية والمصرفية .

- الدردير ، ابو البركات سيدي أحمد الدردير ، **الشرح الكبير** ، دار احياء الكتب العلمية ، عيسى البابي الحلبي وشركاه .
- الدريويش ، أحمد الدريويش ، **ط : ١٩٨٩م**، **أحكام السوق في الاسلام وأثرها في الاقتصاد الاسلامي** ، دار عالم الكتب للنشر والتوزيع ، الرياض، ط١ .
- ابن دقيق العيد ، **الإحكام شرح عمدة الاحكام** ، تقي الدين الشهير بابن دقيق العيد ، دار الكتب العلمية ، بيروت .
- الدلالعة ، موفق محمد عبده ،**ط : ٢٠٠٢م** ، **حماية المستهلك في الفقه الاقتصادي الاسلامي** ، عمان الاردن ، ط١ ، مطبعة مجدلاوي ، رسالة ماجستير منشورة ، اليرموك ، منشورة .
- الدوري ، قحطان عبد الرحمن ، ط: ١٤٢١هـ ، **الاحتكار وآثاره في الفقه الاسلامي** ، دار الفرقان ، عمان ط١.
- دوكوري ، عثمان دوكوري ،ط: ١٩٩٩م ، **التدابير الواقية من القتل في الاسلام** ، رسالة ماجستير غير منشورة، دار الوطن للنشر ، ط١ ، الرياض .
- الرافعي ، ابو القاسم عبد الكريم بن محمد ، **فتح العزيز شرح الوجيز** ، الناشر : شركة من كبار علماء الأزهر .
- الرحيباني ، مصطفى السيوطي ،ط: ١٩٦١م، **مطالب اولي النهى** ، المكتب الاسلامي .
- ابن رشد ، أبو الوليد محمد بن أحمد بن رشد القرطبي ،ط: ١٣٩٠هـ ، ١٩٧٠م ، **بداية المجتهد ونهاية المقتصد** ، تحقيق : محمد سالم وشعبان اسماعيل ، مكتبة الكليات الأزهرية ، حسين إمبابي.
- ابن رشد ، **البيان والتحصيل** ، تحقيق : سعيد أعرب ، دار الغرب الاسلامي ، بيروت ط٢ .

- الرملي ، محمد بن ابي العباس ،ط: ١٣٨٦هـ ، ١٩٦٧م ، **نهاية المحتاج إلى شرح المنهاج** ، مكتبة ومطبعة مصطفى البابي الحلبي ، مصر .
- ريان ، حسين راتب ،ط: ١٩٩٩م، **الرقابة المالية في الفقه الاسلامي** ، دار النفائس للنشر والتوزيع ، عمان ط١ .
- الزحيلي ، وهبة الزحيلي .

– ط: ١٩٧٩م ، **نظرية الضرورة الشرعية** ، مؤسسة الرسالة ، بيروت .

– ط : ١٩٨٢م، **نظرية الضمان أو احكام المسؤولية المدنية والجنائية في الفقه الاسلامي** ، دار الفكر .

– ط : ١٩٦١م ،**الفقه الاسلامي في ثوبه الجديد** ، ط٤ ،دمشق ، مطبعة جامعة دمشق.

– ط : ١٩٩٦م، **الفقه الاسلامي وأدلته** ، دار القلم ، دمشق ، ودار الفكر المعاصر ، بيروت ط١ .

- الزرقاء ، مصطفى أحمد الزرقاء ، ط : ١٤١٩هـ ، **شرح القواعد الفقهية** ، دار القلم ، دمشق ، ط٥ .
- الزرقاني ، محمد الزرقاني ، ط : ١٣٩٨هـ ، ١٩٧٨م، **شرح الزرقاني على الموطأ** ، دار المعرفة للطباعة والنشر ، بيروت.
- الزمخشري ، جار الله محمود بن عمر ،ط : ١٣٩٩هـ ، ١٩٧٩م ، **أساس البلاغة** ، دار صادر بيروت.
- ابو زهرة ، محمد ابو زهرة .

– ١٩٧٤م ، **تحريم الربا تنظيم اقتصادي** ، الدار السعودية للنشر ، جده.

– ابو زهرة ، محمد ابو زهرة ، **الملكية ونظرية العقد** ، دار الفكر العربي.

- زيدان ، عبد الكريم زيدان، ١٩٧٩م ، **الوجيز في أصول الفقه** ، مطبعة مصطفى العاني ، بغداد ، ط٤.
- سانو ، قطب مصطفى، ٢٠٠٠م ، **الاستثمار أحكامه وضوابطه في الفقه الاسلامي** ، الجامعة الاسلامية ، ماليزيا ، دار النفائس ، الاردن ، ط١.

- السباعي ،حسين بن أحمد ،١٩٦٨م ، **الروض النضير** ، مكتبة دار البيان ، دمشق.
- السبكي ، عبد اللطيف محمد ، ٢٠٠١م، **تاريخ التشريع الاسلامي** ، دار العصماء ، دمشق.
- السرخسي ، شمس الدين السرخسي ، ١٣٩٨هـ ، ١٩٧٨م ، **المبسوط** ، دار المعرفة للطباعة والنشر ، بيروت ، ط٢.
- السميران ، محمد مطرود ، طبعة ١٩٩٤م ، **الاحتكار بين الشريعة والنظم المعاصرة.**
- السيد البكري ، ابو بكر ، **إعانة الطالبين** ، مطبعة دار احياء الكتب العربية ، عيسى البابي الحلبي وشركاه .
- ابن سينا ، ١٢٩٤هـ ، **القانون** ، مطبعة بولاق.
- شابرا ، محمد عمر ، **الاسلام والتحدي الاقتصادي** ، ترجمة : محمد السمهوري ، المعهد العالمي للفكر الاسلامي.
- الشاطبي ، ابراهيم بن موسى ، ١٩٩٦م ، **الموافقات في أصول الشريعة** ، مطبعة المكتبة التجارية ، مصر .
- الشافعي ، محمد بن ادريس ، ١٣٩٣هـ - ١٩٧٣م ، **الأم** ، دار المعرفة للطباعة والنشر ، بيروت ، ط٢.
- الشافعي ، محمد بن ادريس ، ١٣٨٨هـ ،١٩٦٩م، **الرسالة** ، تحقيق محمد سيد كيلاني ، مكتبة ومطبعة البابي الحلبي ، مصر ، ط١.
- الشربيني ، محمد الشربيني الخطيب ، ١٣٧٧هـ ،١٩٥٨م، **مغني المحتاج** ، مطبعة البابي الحلبي ، مصر.
- الشرنباصي ، علي الشرنباصي ، ١٤٠٤هـ، **حماية المستهلك في الفقه الاسلامي** ، ط١ ، مطبعة الامانة.
- الشيرازي ، ابراهيم بن علي ، ١٩٥٨م، **المهذب** ، مطبعة مصطفى البابي الحلبي ، القاهرة.

- الشيرزي ، عبد الرحمن بن نصر ، ١٣٦٥هـ، **نهاية الرتبة في طلب الحسبة** ، مطبعة لجنة التأليف والنشر والترجمة ، القاهرة.
- شلبي ، ١٤٠٣هـ ، ١٩٨٣م ،**المدخل في التعريف بالفقه الاسلامي وقواعد الملكية والعقود فيه** ، دار النهضة العربية ، بيروت.
- شيخ زاده ، ١٣١٩هـ، **مجمع الانهر** ، دار الطباعة العامرة.
- الشيخلي ، شامل رشيد ياسين ،١٩٧٤م ، **عوارض الأهلية بين الشريعة والقانون** ، مطبعة العاني ، بغداد ، ط١.
- الصابوني ، علي الصابوني ، ١٤٠٣هـ ، ١٩٨٣م ، **المدخل لدراسة التشريع الاسلامي** ، المطبعة الجديدة ، دمشق.
- طحان ، بيان محمد ، ١٤١٩هـ، **دراسة اقتصادية للاعلان في الاقتصاد الاسلامي** ، رسالة ماجستير غير منشورة في الاقتصاد الاسلامي ، جامعة أم القرى ، مكة المكرمة.
- طنطاوي ، محمد سيد ، سنة ١٩٩٧م، **معاملات البنوك وأحكامها الشرعية** ، دار نهضة مصر للطباعة والنشر والتوزيع ، القاهرة ، مصر ، ط١٥.
- ابن عابدين ، محمد أمين ، ط١٣٨٦هـ ، ١٩٦٦م،**رد المحتار على الدر المختار** ،المشهور بحاشية ابن عابدين ، مطبعة مصطفى البابي الحلبي وأولاده ، مصر.
- ابن عاشور ، ١٣٦٦هـ ، **مقاصد الشريعة الاسلامية** ، مكتبة الاستقامة ، تونس ، ط١.
- العبد ، أسامة محمد ، ١٩٨٥م، **نظرية الاستهلاك** ، رسالة دكتوراة منشورة ، الازهر.
- ابن عبد الرؤوف ، **رسالة ابن عبد الرؤوف في أدب الحسبة** ، مطبعة المعهد العلمي الفرنسي للآثار .
- عبد الحميد الشرواني وأحمد العبادي ، **حواشي تحفة المحتاج بشرح المنهاج على تحفة المحتاج** لابن حجر الهيثمي ، طبعة المكتبة التجارية .

- عبد الواحد ، عطية عبد الواحد ، ١٩٩٢م ، **حق الفقراء المسلمين في ثروات الأمة الاسلامية** ، الناشر : دار النهضة العربية بالقاهرة .
- ابن عبدون ، محمد بن أحمد ، ١٩٥٥م ، **رسالة ابن عبدون في القضاء والحسبة** ، الناشر : المطبعة الشرقية بالقاهرة.
- عرفة ، محمد عرفة ، **حاشية الدسوقي على الشرح الكبير** ، دار احياء الكتب العربية ، عيسى البابي الحلبي وشركاه .
- عساف ، محمد مطلق محمد ، ٢٠٠٠م، **أحكام المصادرة** ، دراسة مقارنة ، رسالة دكتوراة في الفقه وأصوله غير منشورة ، الجامعة الاردنية.
- العصيمي ، فهد حمود ، ١٣٩٨هـ، **خطة الاسلام في ضمان الحاجات الاساسية لكل فرد** ، رسالة ماجستير غير منشورة ،جامعة الامام محمد بن سعود ، المعهد العالي للقضاء .
- عفر ، محمد عبد المنعم ، ١٤٠٥هـ، **الاقتصاد الاسلامي (**الاقتصاد الجزئي **)** مطبعة دار البيان العربي ، جدة ، ط١.
- عقوب ، فتحي خليفة ، ٢٠٠٠م ، **التسويق في الاقتصاد الاسلامي ، أحكامه وضوابطه** ، رسالة ماجستير غير منشورة ، قسم الاقتصاد الاسلامي ، جامعة اليرموك.
- عناية ، غازي عناية ، ١٤١٩هـ، **ضوابط الاقتصاد في السوق الاسلامي**، دار النفائس ، بيروت.
- عودة ، عبد القادر عودة ، ٢٠٠٠م، **التشريع الجنائي الاسلامي مقارناً بالقانون الوضعي** ، مؤسسة الرسالة ، ط١٤.
- عليش ، محمد بن أحمد ، **منح الجليل** ، مكتبة النجاح ، ليبيا .
- الغزالي ،ابو حامد الغزالي ، **احياء علوم الدين** ، المكتبة التجارية ، مصر .
- الغزالي ، ابو حامد الغزالي ، ١٣١٧هـ ، **الوجيز في فقه الامام الشافعي** ، مطبعة الادب والمؤيد ، مصر .

- الفراء ، محمد بن الحسين ، ١٣٨٦هـ، **الاحكام السلطانية** ، تعليق : محمد حامد الفقي ، ط٢ ، مطبعة مصطفى البابي الحلبي ، مصر .
- ابن فرحون ، إبراهيم بن علي بن فرحون ، ١٣٧٨هـ، ١٩٥٨م ، **تبصرة الحكام في أصول الأقضية ومناهج الأحكام** ، مطبعة مصطفى البابي الحلبي، مصر .
- فريد ، واصل فريد ، ١٩٨٢م، **الفقه الاسلامي** ، دار الاتحاد العربي للطباعة ، القاهرة.
- ابن قدامة ، محمد بن عبدالله ، ١٣٨٩هـ ، ١٩٦٩م، **المغني** ، تحقيق : طه محمد ، مكتبة القاهرة ، مصر.
- القرافي ، شهاب الدين القرافي ، **الفروق** ، دار المعرفة للطباعة والنشر ، بيروت .
- القرة داغي ، علي محيي الدين ، ١٩٩٢م، **حكم اجراء العقود بالآت الاتصال الحديثة على ضوء قواعد الفقه الاسلامي** ، جامعة قطر ، مؤسسة الرسالة ط١.
- القرضاوي ، يوسف القرضاوي ، ١٩٩٥م ، **دور القيم والاخلاق في الاقتصاد الاسلامي** ، الناشر : مكتبة وهبه ، القاهرة ، ط١.
- ابن القيم ، شمس الدين أبو عبد الله محمد بن ابي بكر ، ١٩٥٣م ، **الطرق الحكمية في السياسة الشرعية** ، تحقيق محمد جميل غازي ، مطبعة المدني ، القاهرة .
- ابن القيم ، ابن قيم الجوزية ، شمس الدين ابو عبد الله محمد بن ابي بكر ، **اعلام الموقعين** ، مراجعة : طه عبد الرزاق ، دار الجيل ، بيروت .
- الكاساني ، علاء الدين ابو يكر بن مسعود الحنفي ، ١٣٢٧هـ، **بدائع الصنائع في ترتيب الشرائع** ، الناشر : مطبعة شركة المطبوعات العلمية .
- الكفراوي ، عوف محمود ،١٩٨٣م، **الرقابة المالية في الاسلام** ، مؤسسة شباب الجامعة للطباعة والنشر والتوزيع ، الاسكندرية.

- الكفراوي ، عوف الكفراوي ، ١٤٠٥هـ، **تكاليف الانتاج والتسعير في الاسلام** ، مؤسسة شباب الجامعة ، الاسكندرية.
- الماوردي ، علي بن محمد ، **الأحكام السلطانية والولايات الدينية** ، منشورات وتوزيع المكتبة العالمية ، بغداد ، طبع دار الحرية .
- الماوردي ، علي بن محمد بن حبيب ، سنة ٢٠٠٢م، **الرتبة في طلب الحسبة** ، تحقيق أحمد جابر بدران ، دار الرسالة القاهرة ، ط١.
- المجيلدي ، أحمد سعيد ، **التيسير في أحكام التسعير** ، تحقيق : موسى إقبال ، الشركة الوطنية ، الجزائر .
- المرداوي ، علاء الدين ابو الحسن علي بن سليمان ، ١٩٥٥م، **الانصاف** ، تحقيق : محمد حامد الفقي ، ط١ .
- مرعي ، محمد البشير ، ٢٠٠١م ، **الحاجات البشرية** ، دار البحوث للدراسات الاسلامية واحياء التراث ،ط١ ، دبي .
- المصري ، رفيق يونس ، ١٩٩٩م، **أصول الاقتصاد الاسلامي** ، دار القلم دمشق ، والدار الشامية بيروت ، ط٣.
- المصري ، عبد السميع ، ١٩٨٧م، **لماذا حرم الله الربا** ، ط١ ، مكتبة وهبه ، مصر.
- ابن مفلح ، ابو اسحق ابراهيم بن محمد ، **المبدع شرح المقنع** ، ط١ ، المكتب الاسلامي .
- المقريزي، ١٩٣٤م ، **السلوك** ، لجنة التأليف والترجمة والنشر ، القاهرة.
- المقدسي ، بهاء الدين عبد الرحمن بن ابراهيم ، **العدة شرح العمدة** ، ضبط وتحقيق : ابراهيم رمضان ، دار الارقم ، بيروت .
- المقدسي ، الحجاوي المقدسي ، **الاقناع** ، المطبعة المصرية بالأزهر ، تصحيح عبد اللطيف السبكي .
- **موسوعة جمال عبد الناصر** ، ١٣٨٨هـ ، مؤسسة دار التحرير للطباعة والنشر ، مطابع شركة الاعلانات الشرقية ، القاهرة.

- الميداني ، عبد الغني الغنيمي ، ، ١٣٩٣هـ ، **اللباب** ، تحقيق : محمد محيي الدين عبد الحميد ، مطبعة محمد علي صبيح واولاده ، مصر ، ط٤.
- النبهان ، محمد فاروق، ،١٩٧٠م ، **الاتجاه الجماعي في التشريع الاقتصادي الاسلامي** ، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع ، بيروت ، ط٢.
- ابن نجيم ، العلامة الزين ابن نجيم الحنفي ، **البحر الرائق شرح كنز الدقائق** ، مكتبة دار الكتب العربية الكبرى ، مصر .
- النووي ، أبو زكريا يحيى بن شرف ، **روضة الطالبين** ، المكتب الاسلامي للطباعة والنشر ، طبع على نفقة خليفة آل ثاني .
- النويري ، ١٩٢٩م، **نهاية الارب** ، دار الكتب المصرية.
- النيادي ، علي عبد الله ، ٢٠٠١م، **أثر القيم الاسلامية على سلوك المستهلك** ، دراسة مقارنة بين الامارات العربية المتحدة والاردن ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة اليرموك.
- ابن الهمام ، كمال الدين محمد بن عبد الواحد ، ١٣١٧هـ، **شرح فتح القدير** ، المطبعة الكبرى الأميرية ، مصر.
- الهميم ، د. عبد اللطيف الهميم ، طبعة ٢٠٠٤م، **الدولة ووظيفتها الاقتصادية في الفقه السياسي الاسلامي** ، دار عمار للنشر ، عمان.
- وفا ، محمد وفا ، ١٤٠٤هـ، **أبرز صور البيوع الفاسدة** ، مطبعة السعادة مصر.
- ابو يحيى ، محمد حسن ، ١٩٨٩م، **اقتصادنا في ضوء القرآن والسنة** ، دار عمار ، عمان ، ط١ .

خامساً :المراجع الاقتصادية

- الأطرم ، عبد الرحمن الأطرم ، ١٤١٦هـ ، **الوساطة التجارية في المعاملات المالية** ، دار اشبيليا ، الرياض ، ط١.
- بازرعه ، محمد صادق ، ١٩٧٨م، **إدارة التسويق** ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ط٣.
- البداوي ، راشد البداوي ، **الموسوعة الاقتصادية** ، ط١ ، دار النهضة العربية ، القاهرة .
- بسيوني ، ١٩٩٩م، **البيع والتجارة على الانترنت ، وفتح المتاجر الالكترونية** ، مكتبة ابن سينا.
- تقي العاني ، **المحتسب والجهاز المركزي للتقييس** ، منشورات في كتاب : دراسات في الحسبة والمحتسب عند العرب ، مركز احياء التراث العلمي العربي .
- توفيق ومعلا ، رائف توفيق وناجي معلا ، ١٩٩٩م، **أصول التسويق** ، مدخل استراتيجي ، ط١.
- جامعة الدول العربية ، ٢٠٠٠م، **دراسة نظم الرقابة على الاغذية لحماية المستهلك في الوطن العربي** ، الخرطوم.
- **جمعية حماية المستهلك** ، انشاؤها ، دورها ، ومشاكل المستهلك ،١٩٨٤م، ط١ ، صدرت عن الامانة العامة للمنظمة العربية للمواصفات والمقاييس ، عمان .
- الحاج ، طارق الحاج ، ١٩٩٧م، **تحليل الاقتصاد الجزئي** ، ط١ ، دار صفاء للنشر والتوزيع ، عمان ، الاردن .
- الحجار ، محمد فهمي ، ١٩٨٦م، **حماية المستهلك** ، دراسة تحليلية للواقع الاردني ، رسالة ماجستير في العلوم الادارية غير منشورة ، الجامعة الاردنية.

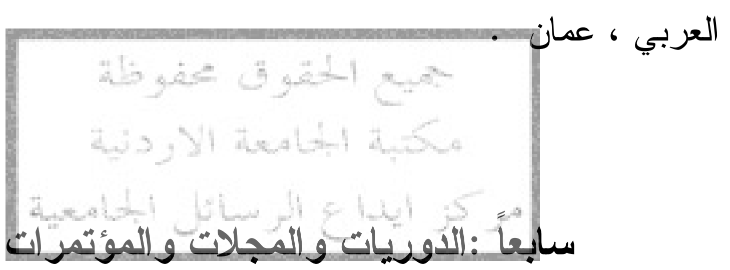
- حمودة ، عبد المنعم حمودة ، **إدارة التسويق** ، تخطيط ومراقبة الانتاج في الصناعة ، دار الجامهات المصرية ، الاسكندرية .
- ابو ركبة ، حسن عبد الله ، **الاعلان** ، دار النهضة العربية ، ١٩٧٦م .
- سليمان ، أحمد علي ، ٢٠٠٠م، **سلوك المستهلك بين النظرية والتطبيق مع التركيز على السوق السعودية.**
- الشمري وعبد الرحمن ، ناظم محمد الشمري ، ومحمد موسى عبد الرحمن ، **مدخل في علم الاقتصاد** ، دار زهران ، عمان .
- صابات ، خليل صابات ، ١٩٦٩م، **الاعلان** ، مكتبة الانجلو مصرية ، القاهرة .
- الصميدعي وآخرون ، محمود جاسم ، ٢٠٠١م ، **سلوك المستهلك** ، مدخل كمي وتحليلي ، دار المناهج للنشر والتوزيع ، الاردن ، ط١.
- الضمور ، هاني حامد الضمور ، ١٩٩٩م ، **إدارة قنوات التوزيع** ، دار وائل للنشر ط١.
- طلعت ، أسعد عبد الحميد ، ١٩٩٨م، **التسويق الفعال** ، **الاساسيات والتطبيق** ، المتحدة للاعلان ، ط٨.
- طلعت وجبر ، أحمد جبر ، وطلعت أسعد ، ١٩٨٦م، **التسويق** " **النظرية والتطبيق** " ، مطبعة عين شمس.
- عبد الهادي ، محمود عبد الهادي ، ١٩٩٧م، **ادارة المبيعات وحماية المستهلك** ، دار النهضة العربية ، القاهرة .
- علي ، محمد أمين ، ٢٠٠٠م، **أسس التسويق** ، عمان ، مؤسسة الوراق ، ط١ .
- عبيدات ، محمد عبيدات ، ٢٠٠١م، **سلوك المستهلك** ، مدخل استراتيجي ، وائل للنشر والتوزيع ، عمان ط٣.
- العنتيل ، علي العنتيل ، ١٩٨٢م، **الدعاية والاعلان** ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، القاهرة.

- كامل ، ميسون عبد الرزاق ، ١٩٩٧م ، **سلوك المشتري المستهلك في مدينة حلب** ، رسالة ماجستير غير منشورة في الاقتصاد ، جامعة حلب.
- المساعد ، زكي المساعد ، ١٩٩٧م، **التسويق في المفهوم الشامل** ، دار زهران ، عمان.
- المصري ، أحمد محمد ، ١٩٨٥م، **الاعلان** ، مؤسسة شباب الجامعة ، الاسكندرية.
- موسى ، أحمد كمال ، ١٤٠٢هـ، **الحماية القانونية للمستهلك في المملكة العربية السعودية.**
- النبر ، ربى نقولا ، ١٩٩٥م، **دور الاعلانات التجارية التلفازية في حماية المستهلك** ، دراسة ميدانية ، رسالة ماجستير غير منشورة في التسويق ، قسم الاقتصاد ، الجامعة الاردنية.
- النفوري ، محمد منذر، ٢٠٠١م ، **تخطيط الحملات الاعلانية للسلع الاستهلاكية ، وأثرها على سلوك المستهلك** ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة دمشق .
- هاشم ، ١٩٦٨م ، **المدخل الى الاقتصاد التحليلي** ، ط٢ ، دار النهضة ، بيروت.
- همام ، طلعت همام ، ١٩٨٢م، **مائة سؤال وجواب عن العلاقات العامة والاعلان** ، دار الفرقان ، عمان ، ط١.
- وافي ، علي عبد الواحد ، ١٩٥٢م، **الاقتصاد السياسي** ، القاهرة ، دار احياء الكتب العربية.

سادساً :المراجع القانونية

- تناغو ، سمير عبد السيد ، ١٩٧٣م، **عقد البيع** ، منشاة المعارف بالاسكندرية.
- الجندي ، حسني أحمد ، ١٩٨٦م، **الحماية الجنائية للمستهلك** ، الناشر : دار النهضة العربية ، القاهرة.
- بكار ، حاتم حسني ، **سلطة القاضي الجنائي في تقدير العقوبة والتدابير الاحترازية** ، رسالة ماجستير غير منشورة في الحقوق ، جامعة قار يونس ، ليبيا .
- حبيب ، محمد شلال ، ١٩٧٦م، **التدابير الاحترازية** ، دراسة مقارنة ، الدار العربية للطباعة والنشر ، بغداد ، ط١.
- حسين ،نصيف محمد ، طبعة ١٩٩٨م، **النظرية العامة في الحماية الجنائية للمستهلك.**
- حيدر ، علي حيدر ، ١٩٩١م ، **درر الحكام شرح مجلة الاحكام** ، دار الجيل ، ط١.
- الرفاعي ، أحمد محمد ، ١٩٩٤م، **الحماية المدنية للمستهلك** ، دار النهضة العربية ، القاهرة.
- ابو السعود ، ١٩٨٤م، **رمضان محمد** ، **مباديء الالتزام في القانون المصري واللبناني** ، الدار الجامعية ، بيروت.
- سفرجلاني ، ٢٠٠١م، وائل نافذ ، **الحماية المدنية للمستهلك في عقد البيع** ، رسالة ماجستير منشورة في الحقوق ، جامعة بيروت العربية.
- سليمان ، عبد الله سليمان ، ١٩٨٢م، **النظرية العامة للتدابير الاحترازية** ، رسالة دكتوراة منشورة في الحقوق ، جامعة القاهرة.
- السنهوري ، عبد الرزاق السنهوري ، **الوسيط** ، دار احياء التراث العربي ، بيروت.

- صالح ، نائل عبد الرحمن ، ١٩٩١م، **حماية المستهلك في التشريع الاردني** ، مؤسسة زهران للنشر والتوزيع ، عمان.
- صيام ، سري صيام وآخرون ، ٢٠٠١م، **الحماية التشريعية للحق في سلامة الغذاء** ، القاهرة.
- عمران ، محمد السيد ، ١٩٨٦م، **حماية المستهلك اثناء تكوين العقد** ، منشأة المعارف ، الاسكندرية.
- القيسي ، عامر قاسم ، ٢٠٠٢م، **الحماية القانونية للمستهلك** ، الناشر : الدار العلمية الدولية ودار الثقافة للنشر والتوزسع ، عمان ، ط١.
- الناهي ، صلاح الدين الناهي ، ١٩٨٤م ، **الوجيز الوافي** ، مطبعة البيت العربي ، عمان .



سابعاً :الدوريات والمجلات والمؤتمرات

- ابراهيم ، أحمد عبد الرحمن ، ١٤٠١هـ، **التدابير الزجرية والوقائية في التشريع الاسلامي** ، مجلة أضواء الشريعة ، عدد ١٢.
- ابراهيم ، يوسف ابراهيم، ١٤١٥ هـ ، **الرقابة على الأموال العامة بين الفكر الوضعي والفكر الاسلامي** ، حولية كلية الشريعة ، جامعة قطر ، العدد : ١٢.
- ابراهيم ، يوسف ابراهيم ، ١٤٠٨هـ، **السوق في ظل الاسلام** ، حولية كلية الشريعة ، العدد ٦.
- ابراهيم ، يوسف ابراهيم ، ١٩٨٧م، **الاشكال المعاصرة للسوق** ، حولية كلية الشريعة ، جامعة قطر ، العدد : ٥.
- الامانة العامة لمجلس وزراء العدل العرب، ١٩٨٩م ، **المجلة العربية للفقه والقضاء** ، عدد ٩.

- أبو بكر مصطفى ، تشرين اول ١٩٨٠ م، **حمايـــة المـــستهلك** ، المجلـــة العربية للادارة.
- جامعة الملك عبد العزيز ، ١٩٨٠م، **الاقتصاد الاسلامي** ، بحوث مختـــارة من المؤتمر العالمي الأول للاقتصاد الاسلامي ، ط١ ، السعودية .
- **الجمعية الوطنية لحماية المستهلك** ، ١٩٨٩/١٠/٢٣م، الاردن ، النظـــام الاساسي للجمعية.
- الحموري والمومني ، قاسم الحموري ، وريـــاض المـــومني، ١٩٩٦م ، **مفهوم الاحتكار بين الفقه الاسلامي والاقتصاد الرأسمالي** ، حوليـــة كليـــة الشريعة ، العدد١٤.
- عبد الرحمن ، أحمد عبدالرحمن ، ١٤٠١هـــ، **التدابير الزجرية والوقائية** ، مجلة أضواء الشريعة ، تصدر عن كلية الشريعة بالرياض ، عدد : ١٢.
- عبد الهادي ومصيلحي ، أحمد عبد الهادي ، وأمينة مصيلحي ، ٢١ اكتوبر ، ١٩٩٥م، **حماية المستهلك في مجال الخدمات الحكومية** ، المؤتمر الاول لحماية المستهلك ، القاهرة.
- عطية ، جمال الدين عطية، ١٤١٤هـــ ، **مقاصد علم الاقتصاد الاسلامي** ، حولية كليـــة الشـــريعة والقانون والدراسات الاسلامية ، جامعـــة قطـــر ، العدد : ١١.
- ابو غدة ، حسن أبو غدة ، ١٤٠٩هـــ، **التدابير الاحترازية في الاســـلام** ، مجلة الوعي الاسلامي ، عدد ٩٤.
- سالم ، فؤاد الشيخ ، ١٩٨٤م، **حماية المـــستهلك فـــي الاردن وتـــونس** ، دراسة تحليلية مقارنة ، مجلة دراسات ، (اقتصاد وعلوم ادارية) الجامعة الاردنية ، المجلد ١١ ، العدد الاول.
- صالح ، نائل عبد الرحمن ، تـــشرين أول : ١٩٨٤م ، **جريمـــة الدعايـــة التجارية الكاذبة** ، مجلة دراسات ، الجامعة الاردنية ، مجلد :١١ ، عدد٣.
- **قانون مؤسســـة المواصفات والمقاييس** ، رقم (٢٢) لـــسنة : ٢٠٠٠م ، عمان ، الاردن .

- كامل ، عبدالرزاق ، ١٩٩٥م، **كيف نحمي المستهلك من الاعلان** ، عدد٣.
- مجلة حماية المستهلك ، تصدر عن الجمعية الوطنية لحماية المستهلك في الاردن .
- مرسي ، عبد العظيم مرسي ، ط :١٩٨٣، **حماية المستهلك في ظل قانون العقوبات الاقتصادي** ، مجلة القانون والاقتصاد المصرية ، سنة : ٥٣.
- نكاس ، جمال نكاس ، يونيو ١٩٨٩م، **حماية المستهلك وأثرها على النظرية العامة** ، مجلة الحقوق ، الكويت ، عدد ٢ ، سنة ٣.

ثامناً : المصادر الانجليزية

- Willim J.Stanton , 1984 Fundamentals of Markting , New York, Mc Graw-Hill , INC, .
- James l. Heskett , , 1976 Marketing , New York , Macmillan , Publishing Go. INC.
- Joseph C . Seibert , 1973 Concepts Of Markting Management New York , Harper and Row Publishers , INC .
- James F. Engel , and Daved T . Kollat , 1978 Consumer Behavior Illinois , The Dryden Press .
- Reed Moyer & Michael D.Macro Marketing
- William Lazer, &James P. Culley , Marketing Mangement , Foundations and Practices
- James carman & Kenneth . Marketing – Principles and methods ,
- Philip Kotler , Marketing Management analysis , Planning (and control
- William .G.Nickels , Marketing communication and promotion
- Douglas J.Dalrymple ,& Leonard J.Parsons, Marketing Management- Text and Cases
- Arch W. Troelstrup, The consumer In American society

تاسعاً : الانترنت

- انترنت ، رسالة التقريب ، العددان :٣٤،٣٥ ، خريف ١٤٢٣ هـ ، موقع :المجمع العالمي للتقريب بين المذاهب الاسلامية المطبوعات رسالة التقريب العدد ٣٤و٣٥.htm ، اخذت بتاريخ : ٢٠٠٣/٩/٢٥م .

الملاحق

ملحق رقم(١)

فهرس الآيات القرآنية

نص الآية	السورة	الصفحة
ولو بسط الله الرزق لعباده لبغوا في الأرض....	الشورى ٢٧	١٩
ورفع بعضكم فوق بعض درجات.........	الأنعام ١٦٥	١٩
فامشوا في مناكبها وكلوا من رزقه........	الملك ١٥	١٩
ولا تتمنوا ما فضل الله به بعضكم على بعض......	النساء ٣٢	١٩
إن أريد إلا الاصلاح وما توفيقي الا بالله.........	هود ٨٨	٢٤
فهل عسيتم إن توليتم أن تفسدوا في الأرض.....	محمد٢٢	٢٤
وإذا تولى سعى في الأرض ليفسد فيها......	البقرة ٢٠٥	٢٤
إن الحكم إلا لله	الانعام ٥٧	٣٣
ويل للمطففين	المطففين ١	٤٧
يا أيها الذين أمنوا اتقوا الله وكونوا مع الصادقين.....	التوبة ١١٩	٤٨
الذين يتبعون الرسول النبي الأمي	الأعراف ١٥٧	٧٢
يا أيها الذين أمنوا كلوا من طيبات ما رزقناكم.....	البقرة١٧٢	٧٣
قل من حرم زينة الله التي أخرج لعباده	الأعراف ٣٢	٧٣
والبلد الطيب يخرج نباته بإذن الله	الاعراف ٥٨	٧٣
فلم تجدوا ماءً فتيمموا صعيداً طيبا......	النساء ٤٣	٧٤
يسألونك ماذا أحل لهم	المادة ٤	٧٤
قل لا أجد في ما أوحي إليّ محرماً.......	الانعام ١٤٥	٧٥
والآتي تخافون نشوزهن...............	النساء	٩٣
يا أيها الذين أمنوا أوفوا بالعقود	المائدة ١	١٠٦
إنما الخمر والميسر والأنصاب والأزلام.......	المائدة ٩٠	١٠٧
إنما يفتري الكذب الذين لا يؤمنون بآيات الله	النحل ١٠٥	١٠٨
وأحل الله البيع وحرم الربا................	البقرة ٢٧٥	١٣٠
الذين يأكلون الربا لا يقومون	البقرة ٢٧٥	١٣٠
هل في ذلك قسم لذي حجر................	الفجر ٥	١٥٩

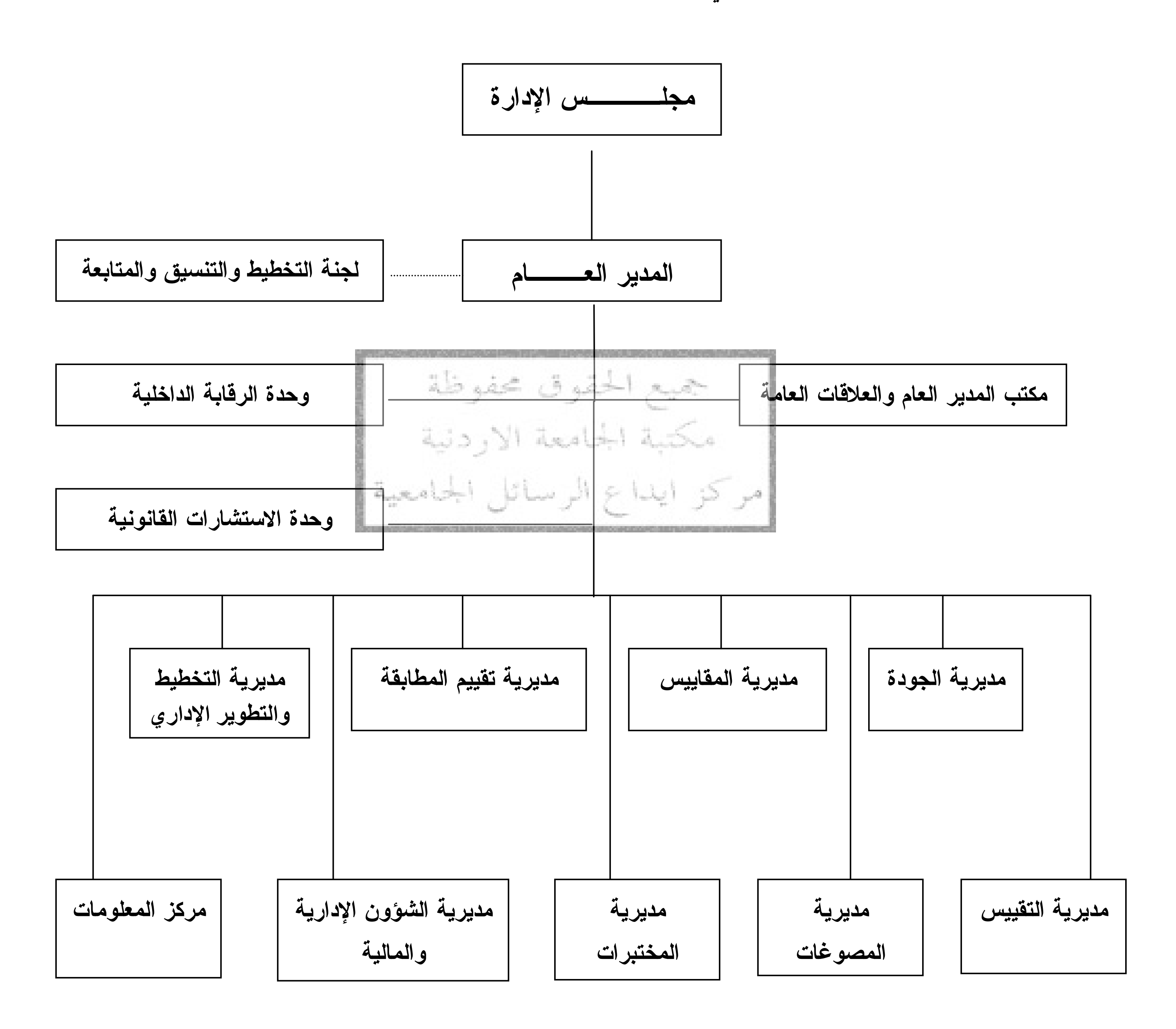
ويقولون حجراً محجورا.............	الفرقان ٢٢	١٥٩
يا أيها الذين أمنوا إذا تداينتم بدين إلى أجل	البقرة ٢٨٢	١٦٠
ولا تؤتوا السفهاء أموالكم................	النساء ٥	١٦١
وابتلوا اليتامى حتى إذا بلغوا النكاح	النساء٦	١٦١
فليكتب وليملل الذي عليه الحق	البقرة ٢٨٢	١٦١
فمن اعتدى عليكم	البقرة ١٩٤	١٧٥
يا أيها الذين أمنوا لا تأكلوا أموالكم بينكم بالباطل	النساء ٢٩	١٨١
ولتكن منكم أمة يدعون الى الخير...........	آل عمران ١٠٤	١٩٧
والمؤمنون والمؤمنات بعضهم أولياء بعض........	التوبة ٧١	١٩٧
كنتم خير أمة أخرجت للناس...........	آل عمران ١١٠	١٩٧

ملحق (٢)

فهرس الأحاديث والآثار

ملحق رقم (٣)

الهيكل التنظيمي لمؤسسة المواصفات والمقاييس الأردنية



ملحق رقم (٤)

النظام الاساسي للجمعية الوطنية لحماية المستهلك (الأردن)

التأسيس :

بتاريخ ١٩٨٩/١٠/٢٣ أسس الموقعون على هذا النظام جمعية تسمى(الجمعية الوطنية لحماية المستهلك)، وقد صادقوا على نظامها الأساسي ؛ ليقدم الى الجهات الرسمية ، مع طلب تسجيل ، على الوجه الآتي :-

المادة الأولى : تسمى هذه الجمعية بإسم (الجمعية الوطنية لحماية المستهلك) ، ومركزها عمان ، ص.ب (٩٢٦٦٩٢) عمان (١١١٩٠) ، ويجوز إنشاء فروع لها في كافة أنحاء المملكة وفق هذا النظام .

المادة الثانية : أهداف الجمعية وغاياتها :

أولا : دراسة مشاكل المستهلك وتحديدها ، والعمل مع الجهات الرسمية والأهلية والمؤسسات العلمية ، للتغلب عليها .

ثانيا: تنمية الوعي العام لدى الجمهور ، بكافة الوسائل في التعامل مع المواد والسلع الاستهلاكية بأنواعها من حيث الكم والنوع .

ثالثا: توعية فئات المستهلكين والجمهور ، للتعامل مع السلع والمواد الاستهلاكية بما يضمن المصلحة الفردية ، ويدعم الاقتصاد الوطني .

رابعا: مقاومة الغش في النوعية ، والتلاعب في الأسعار ، ومحاربة الغلاء والاحتكار ، وإرشاد المستهلك وتوعيته بالطرق المشروعة ، والتعاون والتنسيق مع الأجهزة الرسمية المختصة .

خامسا: حماية مصالح المستهلكين ، وتمثيلهم أمام مؤسسات القطاعين العام والخاص ، وأمام الجهات الرسمية والقضائية .

سادسا: وفي سبيل تحقيق هذه الأهداف والغايات،للجمعية تشكيل فرق عمل ميدانية وإصدار مطبوعات ومجلات متخصصة ، ونشرات دورية واستخدام وسائل الاتصال المختلفة .

سابعا: الاتصال والتعاون مع الهيئات والجمعيات العربية والدولية ذات العلاقة ، بما يتفق مع القوانين والأنظمة المرعية .

ثامنا: ليس للجمعية غايات سياسات ، أو نشاطات دينية أو طائفية وهي تقدم خدماتها للجميع طبقاً للقوانين ، والأنظمة المرعية دون تمييز .

المادة الثالثة : شروط العضوية :

(١) يحق لكل مواطن أردني جاوز الثامنة عشرة ، ذكرا أو أنثى أن ينتسب الى الجمعية كعضو عامل ، على أن يحوز على الشروط التالية :-

أ. أن يكون متمتعا بحقوقه المدنية كاملة .

ب. أن يكون حسن السيرة ، والسلوك وذا أخلاق حميدة .

ج. أن يقدم طلبا خطيا بالانتساب مزكى من عضوين عاملين ، أو عضو من أعضاء الهيئة .

د. أن توافق الهيئة الإدارية على طلبه .

(٢) تقدم طلبات الانتساب على النموذج الذي تعده هيئة الإدارة التي تقرر قبول الطلب ، أو رفضه دون بيان الأسباب .

(٣) يجوز لهيئة إدارة الجمعية قبول أعضاء شرف ، وأعضاء مؤازرين في الجمعية ضمن الأسس والمعايير التي تقررها الهيئة الإدارية ، على أن لا يحق لهؤلاء الأعضاء التصويت في الانتخابات ، أو الترشيح للمناصب الإدارية في الجمعية .

(٤) للهيئة الإدارية قبول الأشخاص الاعتباريين كأعضاء عاملين على أن يمثل كل منهم بصوت واحد .

المادة الرابعة : تحدد قيمة الاشتراك السنوي للعضو بمبلغ : ستة دنانير للفرد، وخمسين دينارا للهيئة المعينة .

المادة الخامسة : زوال العضوية :

تزول العضوية في أي حالة من الحالات التالية:

(١) الانسحاب أو الاستقالة من الجمعية .

(٢) التأخر عن دفع الاشتراك في موعد استحقاقه مدة تزيد عن سنة بدون عذر مشروع .

(٣) فقدان أحد شروط العضوية .

(٤) إذا أخل العضو بنظام الجمعية ، أو ارتكب ما يسيء إلى سمعتها أو أهدافها .

(٥) لا يحق للعضو المفصول أن يشترك في الجمعية مرة أخرى ، إلا إذا قررت الهيئة العامة بالأكثرية المطلقة زوال الأسباب التي دعت إلى فصله ، وبعد مرور سنة كاملة من تاريخ قرار الفصل .

المادة السادسة : موارد الجمعية :

تتكون موارد الجمعية من :

(١) اشتراكات الأعضاء .

(٢) التبرعات والهبات والإعانات وفقا لأحكام القانون .

(٣) ريع إيرادات المشاريع والخدمات ، والنشاطات الاجتماعية والثقافية والرياضية.

(٤) أية موارد أخرى توافق عليها الإدارة .

المادة السابعة : هيئات الجمعية :

١- الهيئة العامة :- وتتكون من جميع الأعضاء العاملين المسددين لاشتراكاتهم . ٢- الهيئة الإدارية:- تدير الجمعية هيئة إدارية تتكون من تسعة أعضاء ، تنتخبهم الهيئة العامة ولمدة ثلاثة سنوات ، ممن ليس لهم مصلحة مباشرة تتناقض ومصلحة المستهلك ، أو تتعارض مع أهداف وغايات الجمعية .

٣- اللجان الفرعية للجمعية واللجان المتخصصة والأجهزة التنفيذية ، وتعينها الهيئة الإدارية حسب الحاجة .

المادة الثامنة : تجتمع الهيئة الإدارية فور انتخابها من الهيئة العامة ، وتنتخب من بين أعضائها رئيساً ونائباً للرئيس ، وأميناً للسر وأميناً للصندوق ، ونائباً لأمين الصندوق .

المادة التاسعة :

(١) تجتمع الهيئة العامة اجتماعاً سنوياً خلال الشهرين الأولين من كل عام ، بدعوة من الهيئة الإدارية ، ترسل إلى جميع الأعضاء العاملين ، قبل تاريخ الاجتماع بأسبوعين على الأقل ويعلن عنها في صحيفتين يوميتين ، وفقا لما تقرره الهيئة الإدارية ، وتجتمع الهيئة العامة اجتماعاً غير عادي بدعوة من الهيئة الإدارية ، وموقع من عدد لا يقل عن ربع أعضاء الهيئة العامة ، وتتم الدعوة إلى اجتماعات الهيئة العامة وفقا للطريقة المقررة في دعوة الهيئة العامة العادية .

(٢) يراس اجتماع الهيئة العامة رئيس هيئة الإدارة،وفي حال تغيب الرئيس يرأس اجتماع الهيئة نائب الرئيس ، وفي حال تغيبهما تفوض الهيئة الإدارية أحد أعضائها لرئاسة ذلك الاجتماع .

(٣) يكون اجتماع الهيئة العامة قانونياً إذا حضره ما يزيد على نصف عدد أعضاء الهيئة العامة ، من الأعضاء المسددين لاشتراكاتهم السنوية ، فإذا لم يبلغ عدد المجتمعين النصاب القانوني ، يعين موعد ثاني للاجتماع خلال (١٥) يوما ويعتبر النصاب قانونياً في هذه الحالة مهما بلغ عدد الحضور .

المادة العاشرة : تختص الهيئة العامة العادية في الأمور التالية :

١- انتخاب أعضاء الهيئة الإدارية .

٢- النظر في التقرير المالي بما في ذلك ميزانية السنة المالية المنتهية ، وحساب الإيرادات والمصروفات لتلك السنة .

٣-مناقشة وإقرار التقرير المالي بما في ذلك ميزانية السنة المالية المنتهية ، وحساب الإيرادات والمصروفات لتلك السنة .

٤- مناقشة وإقرار الميزانية التقديرية للسنة القادمة .

٥- تعيين مدققي الحسابات .

٦- أية مسائل تعرضها هيئة الإدارة ، بما في ذلك تعديل النظام الأساسي إذا اقتضت الضرورة إلى ذلك .

٧- يجري الاقتراع بالطريقة العلنية ، وتتخذ القرارات بأكثرية الأصوات ، إلا فيما يتعلق بانتخاب الهيئة الإدارية فيجري انتخابها بالاقتراع السري .

المادة الحادية عشر: تختص الهيئة العامة غير العادية بالنظر في الأمور التالية :

١- تعديل النظام الأساسي .

٢- إقامة الهيئة الإدارية قبل انتهاء مدتها ، وانتخاب هيئة أخرى للمدة المتبقية

٣- أية أمور طارئة أخرى .

٤- تتخذ القرارات في اجتماعات الهيئة العامة غير العادية بأغلبية ثلثي الأعضاء الحاضرين على الأقل .

المادة الثانية عشر :

أولاً : تشتمل صلاحيات هيئة الإدارة كل ما يتعلق بإدارة شؤون الجمعية ، وتمثيلها لدى الجهات الرسمية ، ولدى المراجع القضائية ، على الوجه التالي :-

١- تفويض رئيس هيئة الإدارة بتمثيل الجمعية لدى الغير ، وله أن يفوض أياً من أعضاء الجمعية لهذه الغاية .

٢- وضع برنامج العمل السنوي لنشاط الجمعية .

٣- إعداد التقرير السنوي لنشاط الجمعية .

٤- تصريف شؤون الجمعية الإدارية والمالية .

٥- تعيين وفصل الموظفين اللازمين للجمعية ، والنظر في أمورهم .

٦- تسمية أعضاء اللجان الفرعية ، والمتخصصة وتعيين الأجهزة التنفيذية للجمعية.

٧- وضع التعليمات المالية والإدارية اللازمة لإدارة شؤون الجمعية

ثانيا :

١- تتخذ قرارات الهيئة الإدارية بالأكثرية ، وفي حالة التعادل يعتبر صوت الرئيس مرجحا .

٢- يفقد عضو الهيئة الإدارية عضويته فيها اذا تغيب عن ثلاثة اجتماعات متتالية للهيئة الإدارية دون معذرة مشروعة .

٣- إذا شغرت عضوية أحد أعضاء الهيئة الإدارية قبل انتهاء مدتها ؛ فيحل محله العضو الذي يليه في عدد الأصوات ، وإذا لم يكن هنالك من يحل محله بهذه الطريقة فتختار الهيئة الإدارية من بين أعضاء الجمعية عضوا أخر بدلا منه للمدة المتبقية ، على أن لا يزيد عدد الأعضاء المعينين بهذه الطريقة وبدون انتخاب عن ثلاثة أعضاء ، وتتبع الإجراءات ذاتها في حالة شغور العضوية لأي سبب أخر .

المادة الثالثة عشر :

١- تتضمن صلاحيات الرئيس ما يلي :

أ- تمثل الجمعية لدى الغير ، وتمثيلها لدى السلطات القضائية ، وله ان يفوض عنه محاميا أو اكثر لهذه الغاية .

ب-الدعوة إلى اجتماعات الهيئة الإدارية ، والهيئة العامة ، ورئاستهما .

ج- الإشراف على أعمال الجمعية ، واللجان المنبثقة عنها .

٢- أمين الصندوق ويختص بما يلي :

أ- استلام المبالغ التي ترد إلى الجمعية ؛ بإيصالات مختومة بخاتم الجمعية موقعة منه ، وإيداع تلك المبالغ في المصرف الذي تقرره هيئة الإدارة .

ب- التوقيع على شيكات الصرف بالإضافة إلى توقيع رئيس الجمعية أو نائبه في حال غيابه .

ج- تنفيذ قرارات هيئة الإدارة فيما يتعلق بمعاملات الجمعية المالية .

د- حفظ الدفاتر والمستندات المالية في مركز الجمعية ؛ لتكـــون تحـــت طلـــب الجهـــات المختصة .

و- تحضير مشروع الموازنة السنوي .

المادة الرابعة عشرة :

إذا حلت الجمعية لأي سبب من الأسباب فتؤول أموالها المنقولة ، وغير المنقولة إلى خزينـــة الدولة .

Protective and legislative means for protecting the consumer in Islamic jutisprudence

By

Basel Yousef Mohammad AlShaer

Supervisor

Prof.Mahmood AlSartawy

Abstract

This study dealt with consumer protection in Islamic Jurisprudence in comparison with law and economic systems.

This study revealed what we mean by protecting the consumer and the expressions that are related to protection.

It also revealed the historical progression for protecting consumer, confirming that Islamic Law anteceded in the fields of protecting consumer through rules and bases that are derived from the Holy Quran and Hadith.

The study also focused on juristic procedures for protection in order to control the matters of this topic and revealed the criteria of these procedures, its kinds, the objectives of consumer protection movement and its domains.

It also dealt with precautionary and legal measures for protecting consumer in the law and Islamic law.

I made a comparison between them and I focused on the legal texts pertaining to the consumer protection in the Jordanian law with finding the similarities and differences between them and Islamic law.

I mentioned the ways of protecting consumer through the stages (before concluding the contract, at the time of concluding the contract and after concluding the contract).

I also revealed the state role in protecting consumer through applying tariff system, taking part in the commercial activity for protecting consumer, represented by monitoring publicity and applying accounting system.

I also talked about the most important institutions for consumer protection in the Islamic law such as accounting institution.

The most important institutions for consumer protection in law are represented in the department of standards and specifications and the national society for protecting consumer.

In the end of my research, I came up with a number of results and recommendations such as:

First of all, the Islamic law interest in spreading justice between people and putting laws to protect weak people as a realization for this principle.

Secondly, Islamic law tackled the topic of protecting consumer and all aspects related to that topic.

Thirdly, The accounting institution is considered to be one of the most important Islamic models in protecting consumer.

Fourthly, protecting consumer is a joint responsibility between state and individuals.

The fifth point: the necessity of applying tariff system whenever a need arises.